



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Zpracování podnikatelského plánu pro eko-hotel  
Processing of the Business plan for Eco-Hotel

Student:

Bc. Lada Zemanová

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Lucja Matusiková, Ph.D.

Ostrava 2020

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra managementu

## Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Lada Zemanová**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **6208T037 Management**  
Téma: **Zpracování podnikatelského plánu pro eko-hotel**  
**Processing of the Business Plan for Eco-Hotel**  
Jazyk vypracování: **čeština**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Význam a struktura podnikatelského plánu
  3. Prezentace firmy
  4. Podnikatelský plán v konkrétních podmínkách firmy
  5. Návrhy a doporučení
  6. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- ČERVENÝ, Radim. *Business plán: krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-511-4.  
MATUSIKOVÁ, Lucja et al. *Strategický management*. 2. vyd. SOET, vol. 15. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2017. ISBN 978-80-248-4038-3.  
SHELTON, Hal. *The secrets to writing a successful business plan: a pro shares a step-by-step guide to creating a plan that gets results*. Rockville: Summit Valley Press, 2017. ISBN 978-0-9899460-3-2.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lucja Matusíková, Ph.D.**

Datum zadání: 22.11.2019

Datum odevzdání: 24.04.2020



doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.  
vedoucí katedry



doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.  
proděkanka pro studium  
na základě pověření k jednání č.j.  
VSB/19/050319/9900 ze dne 24. 9. 2019

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 24.04.2020

Homonoí Kala  
jméno a příjmení studenta

### **Poděkování**

Ráda bych na tomto místě poděkovala své vedoucí diplomové práce Ing. Lucji Matusikové, Ph.D. za její cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích, které mi pomohly k vypracování této práce.

## Obsah

1	Úvod.....	4
2	Význam a struktura podnikatelského plánu.....	5
2.1	Vymezení základních pojmů.....	5
2.2	Právní aspekty podnikání .....	9
2.2.1	Malé a střední podniky .....	9
2.2.2	Právní formy podnikání .....	10
2.2.3	Požadavky na ubytovací a stravovací zařízení .....	18
2.3	Podnikatelský plán .....	19
2.3.1	Zásady psaní podnikatelského plánu .....	20
2.3.2	Struktura podnikatelského plánu .....	21
3	Prezentace firmy .....	28
4	Podnikatelský plán v konkrétních podmínkách firmy .....	29
4.1	Titulní strana .....	29
4.2	Shrnutí.....	30
4.3	Popis podnikatelské příležitosti.....	31
4.4	Všeobecný popis firmy .....	32
4.5	Analýza prostředí .....	37
4.6	Marketingový a obchodní plán.....	45
4.7	Personální a organizační plán.....	47
4.8	Finanční plán.....	50
4.9	Hodnocení rizik.....	60
4.10	Příloha.....	67
5	Návrhy a doporučení.....	68
6	Závěr.....	69
	Seznam použité literatury .....	70
	Seznam tabulek, obrázků a grafu .....	73
	Seznam zkratk .....	75

# 1 Úvod

Současná ekonomická situace v zemi je velmi příznivá pro každého podnikatele. Ekonomika se nachází v bodě stálého růstu, což se odráží růstem hrubého domácího produktu, mezd, spotřeby domácností či míry investic. Vzhledem k účinnosti nové právní úpravy v občanském zákoníku a zákonu o obchodních korporacích v roce 2014 je po administrativní stránce mnohem jednodušší zahájit své vlastní podnikání. Tomu nasvědčuje i nárůst celkového počtu aktivních podnikatelských subjektů v České republice, který během posledních let stále stoupá.

Odvětví hotelnictví a pohostinství je stále velmi žádanou oblastí, kde podnikatelé zahajují své podnikání. Není tomu jinak ani od roku 2016, kdy byl schválen nový zákon týkající se elektronické evidence tržeb. Jelikož se jedná o trh s velkou rivalitou firem, je potřeba, aby podniky reagovaly na nejnovější trendy a zároveň se odlišily od konkurence. Z toho důvodu v posledních letech vzniká celá řada podniků, které jsou zaměřené na zdravou stravu a ekologický přístup k životnímu prostředí.

Tím, že si podnikatel založí společnost, ale není úspěch zaručen. Je nutné, aby si předem vypracoval podnikatelský plán, který zhodnotí, zda se podnikání vyplatí. Vytvoření plánu umožňuje podnikateli zanalyzovat okolí podniku, definovat si cílový trh, vyhodnotit finanční náročnost plánu a uvědomit si veškeré překážky či rizika spojené se vstupem na trh. V případě externích subjektu je podnikatelský plán důležitý k získání potřebných finančních zdrojů např. od banky či investora.

Cílem této diplomové práce je vytvoření podnikatelského plánu zabývajícího se vybudováním a provozováním hotelu s restaurací orientovanou na zdravou stravu, přičemž celý hotel bude šetrný k přírodě. Cílem práce je také reálně zhodnotit proveditelnost a výnosnost tohoto plánu.

Důvodem založení takto orientovaného hotelu je fakt, že obě majitelky chtějí využít současných trendů v dané oblasti pohostinství. Navíc v blízkém okolí provozování daného podniku se nachází pouze jedna provozovna, která bude nepřímo konkurovat tomuto hotelu, jelikož je převážně orientována na českou kuchyni. Místo realizace hotelu v Měrkovicích majitelky zvolily, z toho důvodu, že jsou vlastníky daného pozemku a dané okolí velmi dobře znají. Tyto informace byly poté autorce velmi nápomocny při vypracování této diplomové práce.



## 2 Význam a struktura podnikatelského plánu

V této části diplomové práce jsou definované základní pojmy potřebné pro pochopení dané problematiky. Dále pak objasnění právních aspektu podnikání včetně stanovení postupu tvorby podnikatelského plánu.

### 2.1 Vymezení základních pojmů

Tato podkapitola je věnována bližší formulaci a vysvětlení základních pojmů, kterými jsou: podnikání, podnikatel, podnik a plánování.

#### Podnikání

Během staletí se formulace podnikání neustále měnila v důsledku působení sociálních změn. Veber a Srpová (2012) uvádí čtyři definice podnikání, které na daný pojem nahlíží z různých stran:

- *Ekonomické pojetí*: podnikání je činnost, která využívá veškeré zdroje a aktivity, za účelem zvýšení jejich původní hodnoty. Jedná se o dynamický proces tvorby přidané hodnoty.
- *Psychologické pojetí*: podnikání je aktivita motivovaná lidskou potřebou něco získat a vlastnit, něco splnit nebo dosáhnout nějakého stanoveného cíle. Podnikání je prostředek k vybudování vlastní nezávislosti, seberealizace apod.
- *Sociologické pojetí*: podnikání je hledání nových cest pro efektivnější využívání zdrojů, vytváření nových pracovních míst a příležitostí včetně vytváření celkového prospěchu pro všechny zainteresované osoby.
- *Právní pojetí*: podnikání je soustavná činnost prováděná podnikatelem vlastním jménem, na vlastní zodpovědnost a za účelem dosažení zisku.

Přestože se jedná o různé úhly pohledů na daný pojem, mají tyto pojetí stejné obecné charakteristiky, kterými jsou:

- *cílevědomá aktivita*;
- *kreativita a iniciativa*;
- *plánování, organizování a řízení procesů*;

- *přidaná hodnota, reálný přínos;*
- *vědomí práce s rizikem;*
- *periodický cyklus.*

## **Podnikatel**

Veber, Srpová a kol. (2012) uvádí, že podnikatel je osoba, která je schopna rozpoznat příležitosti a šance, pohotově připravovat a používat zdroje a prostředky k dosažení vytyčených cílů s možným rizikem neúspěchu či ztráty. Dále se jedná o nositele a podněcovatele podnikání, který vkládá svůj čas, finanční prostředky, úsilí a nese veškeré riziko se záměrem dosáhnout svého osobního a peněžního uspokojení.

Podnikatel je osoba charakteristická svou kvalifikovaností, cílevědomostí a informovaností. Jedná se o člověka, který představuje klíčový faktor nutný pro hospodářský rozvoj, jak zmiňuje Martinovičová a kol. (2014).

Ve stejném duchu Srpová, Řehoř a kol. (2010, s. 21) dodávají: „*Představa, že se člověk podnikatelem musí narodit, je poněkud mylná. Neexistuje žádný podnikatelský gen, který člověk ve své genetické výbavě buď má, nebo nemá.*“

Z právního hlediska lze podnikatele podle Nového občanského zákoníku<sup>1</sup> chápat jako:

- *Fyzickou nebo právnickou osobu, která samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.*
- *Osobu zapsanou v obchodním rejstříku, která podniká na základě živnostenského nebo jiného oprávnění podle jiného zákona.*

Staňková (2007) navíc klasifikuje podnikatele, v souladu se směrnicemi EU, do tří kategorií podle počtu zaměstnanců, aktiv a obrátu na:

- *Drobného podnikatele:* zaměstnává maximálně 10 pracovníků, hodnota aktiv nebo obrátu nepřesahuje 2 milionů EUR,

---

<sup>1</sup> Viz ustanovení § 420 zákona č.89/2012 Sb., občanský zákoník.

- *Malého podnikatele*: zaměstnává maximálně 50 pracovníků, hodnota aktiv nebo obratu nepřesahuje 10 milionů EUR,
- *Středního podnikatele*: zaměstnává maximálně 250 pracovníků, hodnota aktiv nepřesahuje 43 milionů EUR nebo obratu 50 milionů EUR.

## **Podnik**

Srpová, Řehoř a kol. (2010) zjednodušeně uvádí, že podnik je subjekt, ve kterém dochází k procesu transformace vstupů na výstupy. Jinak řečeno, podnik je soubor zdrojů, opatření, nástrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží k uskutečnění podnikatelských aktivit. Právní pojetí nahlíží na podnik, jako na subjekt, který se skládá jak z hmotných, nehmotných tak osobních složek podnikání.

## **Podnikatelské riziko**

Podnikatelské riziko je přímo spjato s podnikatelskou činností a rozhodováním podnikatele. Může se jednat o různé nepříznivé situace na trhu např. velký počet konkurentů, nízká poptávka ze strany zákazníka apod. nebo úpadek společnosti v důsledku špatně investovaných prostředků. Pro eliminaci nebo alespoň snížení dopadu rizika je důležité vytvořit podnikatelský plán, který zohledňuje možné scénáře ohrožení.

Jak uvádí Matusiková a kol (2017, s. 8): „*Můžeme konstatovat, že riziko je všudypřítomné, ale lze mu předcházet. Je nutné si neustále uvědomovat, že poznané riziko je menší než nepoznané.*“

Podle Vebera, Srpové a kol. (2012) lze riziko kvalifikovat na:

- *Vnitřní riziko*: týká se interních podnikových procesů, podnikatel má větší možnost je řídit než rizika vnější. Jedná se například o zvládnutí činností spojených s vývojem nových výrobků, personálním řízením apod.
- *Vnější riziko*: projevuje se v okolí podniku, podnikatel jej nemůže ovlivnit, ale měl by na něj alespoň reagovat a částečně se tak chránit. Řadí se zde například riziko legislativní (povinnost zavedení EET), tržní (změna potřeb a nároků na produkt ze strany zákazníka) či ekonomické (změna daňové politiky státu).

## Plánování

Plánování je nedílnou součástí každého podniku, a to už od prvotní myšlenky zahájení činnosti podnikání až po samotný zánik firmy. Schermerhorn (2010) zjednodušeně formuluje plánování jako rozhodovací proces, který určuje cíle a nejlepší způsob, jak jich dosáhnout. Lze také uvést, že plánování je jedním ze stěžejních sekvenčních funkcí manažera, které se stává tzv. spojovacím článkem mezi vytyčenými cíli a očekávaným jednáním.

Bělohlávek a kol. (2001, s. 97) dodávají: „*Plánování má přímý vliv na zvyšování efektivity organizačních činností, snižování rizika, úroveň integrace a koordinace úsilí v organizaci, provádění úspěšných organizačních změn, rozvoj organizace a manažerů a v neposlední řadě na výkonnost organizace.*“

Autor také definoval pět základních prvků plánování, které by neměly být nikdy opomenuty. Jsou to:

- *Cíl:* tento prvek určuje, čeho chceme v budoucnu dosáhnout. Měl by být jednoznačně a srozumitelně definován, včetně časového rámce.
- *Postup:* jelikož ve většině případů existuje celá řada možných postupů, jak dosáhnout cíle, je na manažerovi, aby zvolil tu optimální.
- *Zdroje:* nástroj potřebný k efektivní alokaci všech zdrojů organizace je rozpočet. Ten slouží ke znázornění skladby a rozsahu dostupných zdrojů, které jsou nezbytným prostředkem k dosažení stanoveného cíle. Zdroje lze klasifikovat na hmotné (materiál, stroje apod.) a nehmotné (licence, patenty apod).
- *Úkoly:* aby plánování a dosahování cílů probíhalo podle předpokladu, musí být řádně rozděleny jednotlivé úkoly a zároveň odpovědnost za jejich plnění příslušným zaměstnancům.
- *Kontrola:* velice podstatný prvek plánování je kontrola, která zhodnotí, zda jsou jednotlivé úkoly řádně plněny nebo zda bylo dosaženo vytyčeného cíle. Kontrola může být předběžná, průběžná a následná.

Výsledkem každého procesu plánování je plán. Žůrková (2007) definuje plán jako psaný dokument, který se skládá z časově provázaných kroků, které je nezbytné podniknout, aby mohl být cíl dosažen.

## 2.2 Právní aspekty podnikání

Tato podkapitola je věnována vysvětlení významu malých a středních podniku, nastínění fungování právních forem podnikání v České republice, objasnění hlavních požadavků na ubytovací a stravovací zařízení.

### 2.2.1 Malé a střední podniky

Veber, Srpová a kol (2012) tvrdí, že většina firem je tvořena z malých a středních podniků, které tvoří důležitou složkou ekonomiky, jelikož se podílí na tvorbě zaměstnanosti a celkovém hospodaření země. MSP<sup>2</sup> jsou tedy podstatnou oblastí ekonomiky, které se podílí na rozvoji, inovacích, konkurenceschopnosti, utváření pracovních příležitostí a také představují důležitý faktor sociální stability.

K určení malého a středního podniku stanovila Komise Evropské unie<sup>3</sup> tři základní kritéria, kterými je počet zaměstnanců, roční obrat a roční bilanční suma podniku. Na základě těchto kritérií lze podniky třídit na:

- *mikropodnik*: zaměstnává méně než 10 pracovníků, roční obrat nebo roční bilanční suma rozvahy nepřesahuje 2 miliony EUR,
- *malý podnik*: zaměstnává méně než 50 pracovníků, roční obrat nebo roční bilanční suma rozvahy nepřesahuje 10 milionu EUR,
- *střední podnik*: zaměstnává méně než 250 pracovníků, roční obrat nepřesahuje 50 milionů EUR nebo roční bilanční suma rozvahy nepřesahuje 43 milionů EUR.

Podle zveřejněných údajů ČSÚ<sup>4</sup> ke dni 31.12. 2019 vykazovalo aktivní podnikatelskou činnost v České republice 1 354 553 malých a středních podniků, z toho 984 124 fyzických osob a 370 429 právnických osob. Jak lze vidět v grafu č.2.1 došlo v průběhu let 2017 až 2019 k nárůstu celkového počtu podniků včetně celkového počtu MSP. Důvodem může být podpora malých a středních podniků ze strany státu formou dotací.

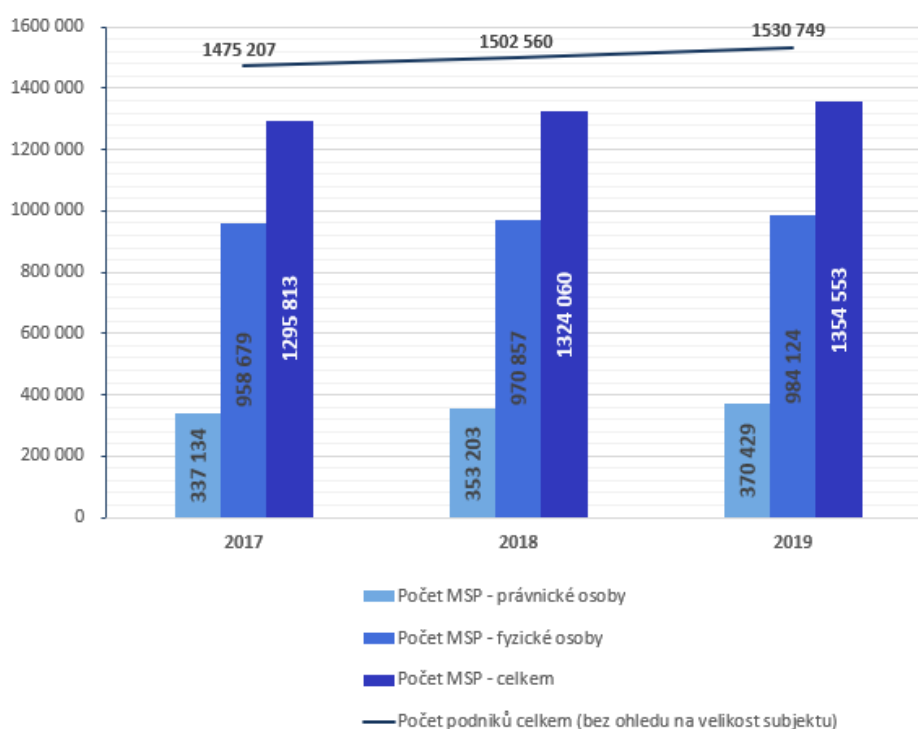
---

<sup>2</sup> MSP je zkratkou malých a středních podniků.

<sup>3</sup> Dle nařízení Komise EU 2017/1084 ze dne 14.června 2017.

<sup>4</sup> ČSÚ je zkratka Českého statistického úřadu.

Graf 2.1 Vývoj aktivních subjektů v ČR v letech 2017-2019



Zdroj: Český statistický úřad (2020), vlastní zpracování

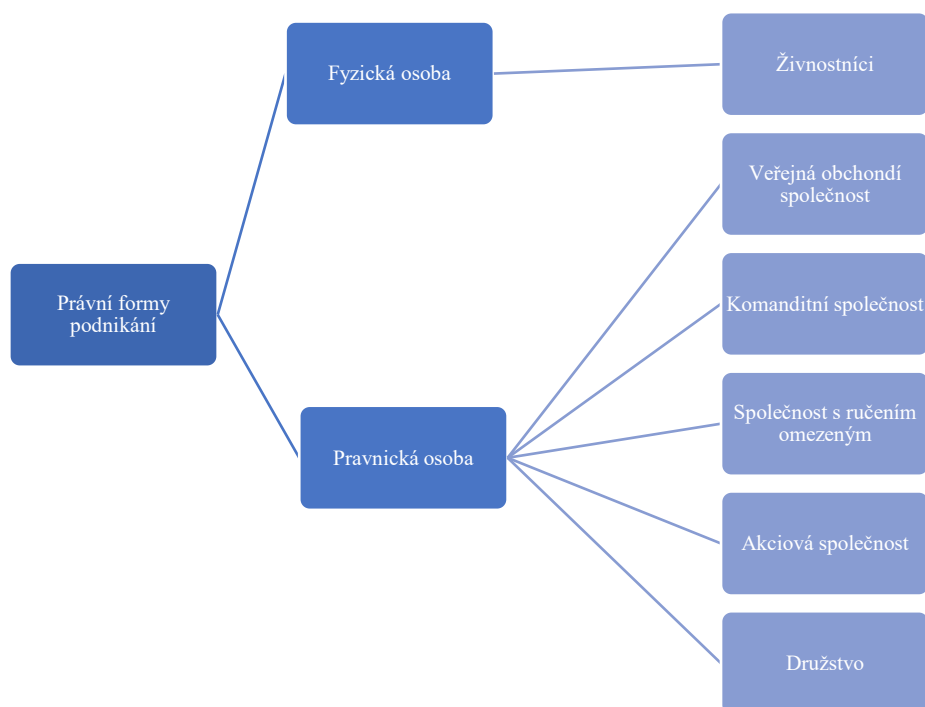
Srpová, Řehoř a kol (2010) vymezují hlavní klady MSP, mezi které se řadí schopnost rychle reagovat na změny a požadavky trhu, osobní vztah k zákazníkovi, jednoduchá organizační struktura společnosti, nízké provozní náklady spojené se surovinami a energií, nenáročná provozní administrativa apod.

## 2.2.2 Právní formy podnikání

V České republice se na základě platných norem<sup>5</sup> rozlišují různé formy podnikání, které jsou členěny do základních skupin a podskupin. Hlavní dvě skupiny jsou roztrženy na fyzické a právnické osoby. Fyzickou osobou je myšlena osoba samostatně výdělečně činná. Právnickou osobou je pak považována obchodní společnost či družstvo. Podrobnější členění těchto dvou skupin je znázorněno v obrázku č. 2.1.

<sup>5</sup> Týká se převážně zákona 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, zákona č.455/91 Sb. živnostenského zákona, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Obrázek 2.1 Právní formy podnikání v České republice



Zdroj: vlastní zpracování

V tab.2.1 lze vidět vývoj počtu podniků dle právních forem v letech 2016-2019. Podle zjištěných dat je zřejmé, že zájem o podnikání stále stoupá. Napovídá tomu samotný rozdíl mezi rokem 2016 až 2019 v celkovém počtu podniků, který stoupl přibližně o 100 000. Během těchto let jsou nejvíce zastoupeni skupinou soukromí podnikatelé<sup>6</sup> a obchodní společnosti, včetně akciových společností. V případě družstva a státních podniků dochází ze strany podnikatelů k poklesu zájmu, čehož si lze všimnout i v této tabulce. Jedním z možných důvodů nezájmu o státní podniky může být privatizace<sup>7</sup>, ke které docházelo během 90.let v České republice.

Tab. 2.1 Vývoj počtu podniků dle právní formy v ČR v letech 2016-2019

Rok	Počet podniků celkem	z toho podle vybraných právních forem				
		Soukromí podnikatelé	Obchodní společnosti	z toho akciové společnosti	Družstva	Státní podniky
2016	1 429 680	932 162	304 503	19 721	9 477	107
2017	1 475 207	958 679	337 134	21 006	10 707	103
2018	1 502 560	970 857	353 203	21 291	10 436	92
2019	1 530 749	984 124	370 429	21 445	10 211	85

Zdroj: Český statistický úřad (2020), vlastní zpracování

<sup>6</sup> Soukromým podnikatelem je myšlena fyzická osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění, která se řídí podle živnostenského zákona.

<sup>7</sup> Privatizace byla regulována zákonem č. 92/1991 Sb., o podmínkách převodu majetku státu na jiné osoby

## Živnost

Synek a kol (2011) interpretují tento typ podnikatelské činnosti jako soustavnou činnost prováděnou samostatně, na vlastní jméno a zodpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek ustanovených v živnostenském zákoně.

Podnikání na základě živnostenského listu je považováno za jedno z nejjednodušších způsobů, jak zahájit podnikání (Kašík, 2013). Živnost si může zřídit jak fyzická, tak právnická osoba (v tomto případě může být požadován odpovědný zástupce) pomocí živnostenského oprávnění na jakémkoliv živnostenském úřadě. Při zakládání živnosti volné je potřeba splnit pár základních podmínek, a to minimální věk 18 let, právní způsobilost, bezúhonnost a splacení všech daňových nedoplatků. U řemeslné živnosti je nezbytné vyhovět dodatečnému požadavku odborné způsobilosti, který lze prokázat například pomocí odborného vzdělání v oboru. Nevýhodou živnosti může být fakt, že OSVČ<sup>8</sup> ručí za svou činnost celým svým majetkem.

Živnosti lze klasifikovat do kategorií:

- *Ohlašovací*: vzniká dnem ohlášení na příslušném živnostenském úřadě. Jestliže jsou splněny všechny požadované náležitosti je uchazeči vydáno živnostenské oprávnění. Do této kategorie dále spadá:
  - *Řemeslná živnost* – podmínkou je splnění všeobecných požadavků a odborné způsobilosti. Jedná se například o hostinskou činnost, řeznictví, pekařství, kadeřnictví, tesařství apod.
  - *Volná živnost* – je potřeba splnit pouze všeobecné podmínky a není vyžadováno doložení odborné způsobilosti. Patří zde tlumočnická činnost, fotografické služby, výroba hnojiv, opravy a údržba apod.
  - *Vázaná živnost* – je nutno splnit jak všeobecné podmínky, tak odbornou způsobilost. Do této podskupiny patří autoškola, psychologické poradenství, vodní záchranná služba apod.
- *Koncesovaná*: tato živnost je nejsložitější formou nabytí živnostenského oprávnění, jelikož je vyžadováno souhlasu státního orgánu a splnění podmínek jak pro živnost vázanou. Živnost vzniká dnem udělení státního povolení, tzv. koncesní listiny. Lze zde zařadit provozování cestovní

---

<sup>8</sup> OSVČ je zkratka pro osobu samostatně výdělečně činnou.



kanceláře, pohřební služba, služby soukromého detektiva, distribuce pohonných hmot apod.

K zániku živnosti může dojít v případě uplynutí doby, na kterou byla vytvořena, likvidace právnické osoby, smrti podnikatele či rozhodnutí živnostenského úřadu, pokud došlo k závažnému porušení podmínek pro udělení koncese nebo živnostenského zákona.

### **Veřejná obchodní společnost**

Tuto obchodní korporaci zakládají minimálně dvě osoby, které se účastní na její podnikatelské činnosti nebo alespoň správě majetku. Společnost je označována jako osobní obchodní společnost, tzn. že dochází ke sdružování osob nikoliv kapitálu. Charakteristickým znakem společnosti je, že zde není zákonem stanovená minimální výše vkladů společníků a ani podmínka vytvářet základní kapitál. Společníci však ručí společně a nerozdílně celým svým majetkem.

Prvním krokem založení společnosti je sepsání společenské smlouvy, která musí obsahovat název korporace, předmět podnikání, jména společníku včetně bydliště či sídla PO<sup>9</sup>. Název firmy může obsahovat označení „veřejná obchodní společnost“, „v. o. s.“, „veř. obch. spol.“ či „a spol.“ (v tomto případě, pokud je v názvu uveden alespoň jeden ze společníků). Dále je zapotřebí získat živnostenské oprávnění a tím zároveň splnit podmínky týkající se konkrétní živnosti. Posledním krokem je vznik obchodní korporace zápisem do obchodního rejstříku, kde je potřeba předložit dokumenty týkající společníku (trestní bezúhonnost apod.), dále doklad o založení společnosti a doklad o sídle společnosti (např. nájemní smlouva).

Zrušení společnosti může nastat výpovědí společníka posledním dnem účetního období, který podal výpověď alespoň 6 měsíců před koncem účetního období, rozhodnutím soudu o zrušení firmy, smrtí společníka (pokud není ve společenské smlouvě uvedeno převedení dědictvého podílu na jinou osobu), dnem uvalení konkursu na majetek jednoho ze společníka apod.

---

<sup>9</sup> PO je zkratka pro právnickou osobu.

## **Komanditní společnost**

Tuto formu obchodní korporace nejčastěji zakládají začínající podnikatelé, kteří nechtějí vkládat vysoké finanční prostředky formou vkladu nebo nechtějí zakládat společnost sami. Přesto však není tolik rozšířená jako například s. r. o. nebo a.s.

Společnost je tvořena alespoň jedním společníkem, který ručí za závazky omezeně do výše svého nesplaceného vkladu, tzv. komanditista, a alespoň jedním společníkem, který ručí neomezeně celým svým majetkem, tzv. komplementář. Během celé existence společnosti musí být zachováni oba typy společníků. Komanditista má za úkol splnit vkladovou povinnost ve výši a podle podmínek předem stanovených ve společenské smlouvě. Komanditista má také právo kontrolovat a nahlížet do účetnictví. Na druhou stranu komplementář nemá žádnou vkladovou povinnost, ale nese podnikatelské riziko spojené s vedením společnosti. Stává se členem statutárního orgánu společnosti a je zodpovědný za směřování podniku. Zároveň pro komplementáře platí zákaz konkurence v daném oboru podnikatelské činnosti firmy.

Komanditní společnost se zakládá společenskou smlouvou, která musí obsahovat název společnosti, předmět podnikání, sídlo společnosti a jména všech společníků včetně určení, který z nich je komplementář a který komanditista. U každého komanditisty se dodává výše jeho vkladu a ručení. Název společností musí mít označení „komanditní společnost“, „kom. spol.“ nebo „k. s.“. Následně dochází k podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku, který je podepsaný všemi společníky.

V případě smrti nebo vystoupení komplementáře ze společnosti dochází ke změně právní formy na v. o. s. Naopak jestliže dojde k úmrtí komanditisty, pak se společnost řídí podle předem stanovených podmínek ve společenské smlouvě týkající se dědického podílu. Jinak pro zrušení komanditní společnosti jsou uvedené stejné podmínky jako u veřejné obchodní společnosti.

## **Společnost s ručením omezeným**

Jedná se o společnost, kterou zakládá alespoň jedna fyzická nebo právnická osoba, avšak počet společníků je limitován na třicet osob. Všichni společníci ručí společně

a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu. Dle nového zákona o obchodních korporacích<sup>10</sup> je stanovena povinná minimální výše základního kapitálu 1 Kč.

Společnost se zakládá sepsáním společenské smlouvy či zakladatelské listiny (jestliže je zakladatelem pouze jedna osoba), která musí mít formu notářského zápisu. Náležitosti zakladatelské listiny jsou obdobné jako u společenské smlouvy. Musí být uvedeno obchodní jméno firmy, sídlo společnosti, předmět podnikání, jméno a bydliště společníků, druhy podílů a práva společníků, výši vkladu či informace o jednatelech a členech dozorčí rady. Firma musí nést označení „společnost s ručením omezeným“, „spol. s r. o.“ nebo „s. r. o.“. Dále je nutné získat živnostenské oprávnění a následně se podává návrh na zápis do obchodního rejstříku. Zde je podmínka, že před podáním návrhu musí být splacené celé vkladové ážio<sup>11</sup> a alespoň 30 % každého peněžitého vkladu.

Tato právní forma je tvořena třemi orgány, kterými je valná hromada, statutární orgán a dozorčí rada. Valná hromada je nejvyšší orgán společnosti, který je tvořen všemi společníky. Schází se alespoň jednou ročně anebo podle předem stanovených intervalů, které jsou předem sjednány ve společenské smlouvě či zakladatelské listině. Daný orgán má právo rozhodovat, zdali jsou přítomni společníci, kteří mají převážnou většinu všech hlasů. Jak je vymezeno v ZOK<sup>12</sup>, zasedání se může týkat:

- rozhodování o změnách ve společenské smlouvě,
- rozhodování o změně výše základního kapitálu,
- vyloučení společníka,
- jmenování či odvolání jednatele dozorčí rady,
- schválení roční účetní závěrky apod.

Statutární orgán je tvořen jedním nebo více jednatelem, kteří jsou jmenováni valnou hromadou z řady společníků. Jednatelé zastupují společnost navenek, vedou řádně účetnictví a seznam všech společníků či poskytují informace společníkům o činnosti společnosti. Pro jednatele navíc platí zákaz konkurence, tzn. že nesmí podnikat v předmětu činnosti společnosti a nesmí být členem statutárního orgánu jiné společnosti s podobným podnikatelským zaměřením.

---

<sup>10</sup> Zákon o obchodních korporacích je platný od 1.1.2014.

<sup>11</sup> Týká se převážně nepeněžitých vkladů, když znalecká hodnota je vyšší než hodnota vkladu do základního kapitálu.

<sup>12</sup> ZOK je zkratka pro zákon 90/2012 Sb. o obchodních korporacích.

Dozorčí rada má za cíl kontrolovat vedení obchodních a účetních knih, dohlížet na jednatele a ročně podávat zprávu valné hromadě. Jedná se však o orgán, který nemá společnost povinnost založit. V případě její absence, plní všechny výše zmíněné povinnosti valná hromada.

Likvidace společnosti může nastat, jestliže valná hromada většinově rozhodne o ukončení činnosti či dohodou všech společníků. Nejčastějším důvodem, který vede k zániku společnosti, může být uplynutí doby, na kterou byla firma založena, dosažení účelu, pro který byla vytvořena, přeměna na jinou formu obchodní korporace, rozhodnutí o fúzi apod.

### **Akciová společnost**

Jedná se o typ kapitálové společnosti, jejíž základní kapitál je rozdělen na určitý počet akcií<sup>13</sup>. Společnost ručí za veškeré závazky celým svým majetkem, pouze akcionáři za závazky neručí. Zákonem stanovená výše základního kapitálu činí alespoň 2 miliony Kč nebo 80 tisíc EUR. Společnost může založit fyzická i právnická osoba, která následně podává návrh na zápis do obchodního rejstříku. Podmínkou pro účinné založení podniku je splacení minimálně 30 % hodnoty upsaných akcií každého zakladatele. Dále pak musí být společnost označena buď jako „akciová společnost“, „akc. spol.“ nebo „a. s.“.

Tato obchodní korporace je tvořena třemi orgány, kterými je valná hromada, představenstvo a dozorčí rada. Valná hromada je nejvýznamnější orgán společnosti, tvořena všemi akcionáři. Jestliže jsou přítomni akcionáři, jejichž hodnota akcií je vyšší 30 % základního kapitálu, mohou rozhodovat o věcech týkající se existence firmy.

Představenstvo je statutárním orgánem tvořen alespoň jedním členem, kterým může být fyzická nebo právnická osoba, která splňuje zákonem stanovené požadavky. Členové jsou jmenováni a také odvoláváni valnou hromadou. Úkolem tohoto orgánu je zabezpečení řádného vedení účetnictví, předkládání roční účetní závěrky ke schválení a navržení rozdělení zisku.

Dozorčí rada je kontrolní orgán společnosti, který se skládá z alespoň jednoho člena, který však nesmí být současně členem představenstva. Narozdíl od společnosti s ručením omezeným je zde tento orgán zákonem povinný. Funkcí dozorčí rady je

---

<sup>13</sup> Akcie je cenný papír, který je spojen s právy akcionáře podílet se na řízení společnosti, zisku a na likvidačním zůstatku firmy.

kontrola účetnictví, nahlížení do veškerých dokumentů, zda jsou v souladu s právními předpisy, přezkoumání účetní závěrky a vypracování návrhu rozdělení zisku, který následně předkládá valné hromadě.

Nově může podle ZOK valná hromada zvolit monistický systém práva, tzn. že představenstvo a dozorčí radu nahrazuje statutárním ředitelem a správní radou. Výhodou tohoto systému je fakt, že členem správní rady a statutárním ředitelem může být jen jedna osoba.

Společnost lze zrušit pomocí výmazu z obchodního rejstříku z důvodu uplynutí doby, na kterou byla vytvořena, rozhodnutí příslušného orgánu firmy, přeměny na jinou formu obchodní společnosti, rozhodnutí soudu kvůli nepřekonatelným rozporům mezi společníky apod.

## **Družstvo**

Představuje druh obchodní korporace tvořené neuzavřeným počtem osob za účelem podnikání, vzájemné podpory členů ve své činnosti nebo podpory třetích osob. U tohoto druhu společnosti neplatí žádné ručení za závazky, a navíc mohou jednotliví členové libovolně vstupovat do družstva či z něj vystupovat.

Družstvo se skládá z členské schůze, představenstva a kontrolní komise. Jednotlivé orgány plní stejné funkce a úkoly, které již byly zmíněny a podrobně popsány u s. r. o. nebo a. s. V případě, že se jedná o menší družstvo (do 50 členů), má společnost možnost zvolit pouze členskou schůzi a předsedu.

Společnost vzniká stejně jako u předchozích obchodních korporací zápisem do obchodního rejstříku. Podmínkou je splnění minimálního počtu členů, a to tří osob (FO nebo PO), přičemž každý člen má povinnost vložit základní členský vklad, který je splatný do 15 dnů od ustavující schůze nebo vstupní vklad se splatností do 3 let.

Zánik družstva nastává dnem výmazu z obchodního rejstříku, pokud tak bylo rozhodnuto členskou schůzí, rozhodnutím soudu, uplynutím doby, na kterou bylo vytvořené apod.

### 2.2.3 Požadavky na ubytovací a stravovací zařízení

Praktická část diplomové práce je zaměřená na provozování hotelu, který se bude odlišovat od ostatních podniků ekologicky šetrným přístupem. Hlavní činností podniku bude poskytování ubytovacích a stravovacích služeb spadající pod živnost řemeslnou. K tomu, aby podnik získal živnostenské oprávnění, musí splnit všeobecné podmínky, kterými je minimální věk 18 let, trestní bezúhonnost a právní způsobilost. Navíc je potřeba doložit odbornou způsobilost pro daný obor podnikání dokumentem o řádném ukončení studia v příslušném oboru. Jestliže navrhovatel není odborně kvalifikovaný může dodat doklad o odborné způsobilosti v příbuzném oboru, kde je podmínkou doložení praxe v oboru alespoň v délce 1 roku. Další možnost, jak získat odbornou způsobilost je úspěšné ukončení rekvalifikačního kurzu nebo kvalifikační zkoušky, kde je ale opět potřeba předložit doklad o vykonání praxe. Pokud navrhovateli ani jedna z možností nevyhovuje, může ustanovit za sebe odpovědného zástupce, který podmínkám odborné způsobilosti vyhovuje.

Další oblast, na kterou je potřeba se zaměřit, aby bylo možné zajistit podnikatelskou činnost, je způsobilost provozovny. Požadavky týkající se způsobilosti provozovny se řídí podle zvláštních právních nařízení, kterými jsou např. stavební, hygienické a požární předpisy. Splnění těchto nařízení musí následně podnikatel řádně prokázat příslušným státním orgánům. V první řadě by měl podnikatel zjistit na příslušném stavebním úřadu, zda byla provozovna zkolaudována ke stejnému účelu podnikání, ke kterému ji chce využívat a jestli tak vyhovuje po stavební stránce. Jestliže nebyla zkolaudována nebo byla ale pro jiný účel, je zapotřebí požádat na příslušném stavební úřadu o zahájení řízení týkající se změny v užívání stavby. K žádosti o změnu v užívání je také potřeba získat závazného stanoviska příslušné Krajské hygienické stanice<sup>14</sup>, které osvědčuje, že daný prostor vyhovuje právním předpisům ochrany veřejného zdraví. Závazné stanovisko KHS slouží jako jeden z hlavních dokumentů pro stavební úřad. Pokud je provozovna zkolaudována, má podnikatel povinnost tuto skutečnost ohlásit na příslušném KHS, nejpozději však v den zahájení podnikatelské činnosti.

Dalším důležitým krokem je zajištění přijatelných hygienických podmínek týkající se místa skladování surovin, přípravy pokrmů, prostor vytyčených pro

---

<sup>14</sup> Krajská hygienická stanice, dále označená jen jako KHS.

zaměstnance či zákazníky apod. Každá provozovna musí mít navíc sestavený systém kritických bodů HACCP<sup>15</sup>. Jedná se o koncept, který společnost využívá k posouzení pracovních procesů a nalezení kritických bodů, analýze kroku, které vedou ke snížení či odstranění rizik a kontrole výsledků kvality.

Jelikož hotel bude poskytovat řadu služeb, předpokládá se, že zde budou zaměstnaní pracovníci, kteří zajistí hladký průběh činností. Proto je nezbytné, aby se podnikatel řídil zákonem č.262/2006 Sb., který vymezuje pracovněprávní vztahy mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. Dále je potřeba, aby podnikatel zajistil zaměstnancům v provozovně takové podmínky, které vedou k bezpečnosti a ochraně zdraví při práci (BOZP), která je v souladu s bezpečnostními předpisy.

Před pár lety došlo ke stanovení řadě nových zákonů, které ovlivňují fungování nejen hotelových a stravovacích zařízení. Jedná se třeba o zákon č. 112/2016 Sb., Zákon o evidenci tržeb, který je potřeba brát na vědomí a přizpůsobit se mu. Bez zavedení elektronické pokladny by jinak nebylo možné pokračovat v činnosti. Další novým nařízením je například zákaz kouření v restauracích, který se řídí zákonem č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek.

Požadavky, nařízení a různé předpisy se kterými se musí vypořádávat každý podnikatel v oblasti hotelnictví je celá řada. Je to složitý proces, který je časově, finančně a psychicky náročný. Proto je potřeba, aby každý předem zvážil veškerá pozitiva a negativa, než se rozhodne podnikat. Existuje i možnost využití služeb projektanta, který se o veškeré záležitosti postará ale na druhou stranu za to bude požadovat ne malou částku.

## **2.3 Podnikatelský plán**

Podnikatelský plán, též označován, jako podnikatelský záměr nebo business plán. Jedná se o písemný dokument, který pomáhá začínajícím podnikatelům při zahajování podnikatelské činnosti nebo také později v průběhu řízení podnikatelských aktivit, jako kontrola úspěšnosti podnikání, tzn. srovnání plánu s realitou (Červený a kol., 2014).

Tento plán se využívá jak pro interní, tak pro externí účely. Synek (2010) vymezil podnikatelský plán, jako nástroj komunikace s okolím podniku pro dosažení lepších

---

<sup>15</sup> HACCP je zkratka pro Hazard Analysis and Critical Control Points.

podmínek při sjednávání úvěru a také pro přesvědčení investorů o kvalitě daného záměru. Z interního hlediska slouží plán k nabytí podrobných informací včetně včasného odhalení rizik, a to pomocí analýzy situace na trhu (legislativa, politická situace, konkurence apod.) ještě dřív, než je podnikání zahájeno.

Shelton (2017) definuje podnikatelský plán, jako formální dokument, který se skládá z pěti klíčových prvků:

- *Podnikatelského cíle,*
- *Dosažitelnost cíle,*
- *Plán dosažení tohoto cíle,*
- *Jedinečnost výrobků či služeb,*
- *Podpůrné informace o organizaci a týmu, který se bude snažit tohoto cíle dosáhnout.*

Dále autor uvádí, že se nejedná pouze o fyzický dokument ale také o strukturovaný proces testování nápadů, aby bylo zjištěno, zda jsou proveditelné a finančně atraktivní. Z tohoto hlediska se podnikatelský plán stává plánem úspěšné realizace podnikatelského nápadu. Dobrý podnikatelský záměr je totiž mnohem více než jen shromáždění nezávislých skutečností a analýz. Podnikatelský plán integruje všechny obchodní aspekty a objasňuje, jak jedná část ovlivňuje ostatní.

Navíc autor dodává, že ve většině případů je podnikatelský záměr mylně vnímán pouze jako prostředek k hledání finančních zdrojů. Primárním účelem však je usnadnění rozhodování, zda zakládat nebo rozvíjet podnikání. Dále pak ke stanovení cíle, vytváření konzistentních zpráv popisujících úspěšnost podnikání, provádění průzkumu týkající se produktů či služeb apod.

### **2.3.1 Zásady psaní podnikatelského plánu**

Veber a Srpová (2012) zmiňují pět obecných zásad, které by se měly při tvorbě podnikatelského plánu dodržovat. Jedná se o:

- *Srozumitelnost:* během tvorby podnikatelského plánu je žádoucí se vyjadřovat jednoduše, nepsat příliš dlouhé souvětí a pro lepší přehlednost vytvořit například tabulku.



- *Reálnost a pravdivost*: uvádění skutečných údajů a reálnost odhadu budoucího vývoje by měla být automatická.
- *Respektování rizika*: odhalování rizik, přizpůsobení se jim či navržení možnosti eliminace rizik zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského záměru.
- *Uváženě stručný*: veškeré uváděné informace by měly být stručné, nikoliv však na úkor správného pochopení problematiky.
- *Logický*: jednotlivé fakta uvedené v podnikatelském plánu by na sebe měly logicky navazovat, měly by se doplňovat a neměly by se navzájem vylučovat.

### **2.3.2 Struktura podnikatelského plánu**

Neexistuje žádná pevně daná struktura podnikatelského plánu, podle které se řídí všechny společnosti. Přesto lze uvést alespoň orientační nástin toho, co by každý z plánu měl obsahovat. Patří zde:

- Titulní strana
- Obsah
- Shrnutí
- Popis podnikatelské příležitosti
- Všeobecný popis firmy
- Analýza prostředí
- Marketingový a obchodní plán
- Personální a organizační plán
- Finanční plán
- Hodnocení rizik
- Přílohy

## **1) Titulní strana**

První strana každého podnikatelského plánu by měla v základu zahrnovat obchodní název firmy, logo, datum vyhotovení dokumentu, dále pak adresu firmy, jména podnikatelů a jméno kontaktní osoby, která podnikatelský plán vypracovala. K tomu, aby byla zajištěna právní ochrana dokumentu, mělo by být na titulní straně uvedená následující věta: „*Všechny údaje tohoto podnikatelského plánu jsou důvěrné. Rozmnožování a předávání třetím osobám je dovoleno jen se souhlasem autora nebo výše uvedené firmy.*“ zmiňuje Veber a Srpová (2012).

## **2) Obsah**

Často opomíjená část podnikatelského plánu je právě obsah. Přitom se jedná o docela důležitou součást, jelikož pomocí něj se může čtenář či investor lépe orientovat v daném dokumentu nebo rychleji dohledat požadovanou informaci. Po formální stránce by měl být obsah členěn maximálně do tří úrovní nadpisů pro jeho lepší přehlednost (Veber a Srpová, 2012).

## **3) Shrnutí**

Cílem shrnutí je uvedení nejpodstatnějších informací, které jsou v následujících kapitolách podrobně rozebrány. Má poskytovat přesvědčivý obraz podnikatelského záměru, který vzbudí ve čtenáři a investorovi zvědavost a zájem pokračovat dál ve čtení. Většinou se jedná o rozhodující část, která určí, zda investor projekt přijme či odmítne na základě získaného prvního dojmu (Abrams, 2005).

## **4) Popis podnikatelské příležitosti**

Jak tvrdí Veber a Srpová (2012), v této části je důležité vysvětlit, co je podstatou podnikatelské příležitosti. Zda se jedná o výrobek či službu, která na trhu ještě není nabízena, nalezení nového technologického principu, který povede k úspoře času nebo financí apod. Zásadní je přesvědčit čtenáře a investora, že je právě správný čas pro realizaci daného projektu a že jsme ideální osoby, se kterými by do toho měli jít. V popisu podnikatelské příležitosti je tedy uvedená stručná charakteristika produktu, konkurenční výhoda výrobku či služby a také jaký užitek z produktu plyne pro zákazníky.

## **5) Všeobecný popis firmy**

Účelem vypracování všeobecného popisu firmy je poskytnutí základního obrazu o firmě, její historii, rozvoji apod. Na začátku se uvádí základní informace o podniku, tzn.

obchodní jméno, sídlo, datum založení, informace o majiteli, představení poskytovaného produktu či důvod založení. V případě, že se jedná o společnost, která již působí na trhu, měla by se zmínit i její historie a důležité milníky v rozvoji. Vhodné je také zmapovat trendy v oboru podnikání, které mohou podpořit tvrzení o úspěchu plánovaného záměru (Abrams, 2005).

## **6) Analýza prostředí**

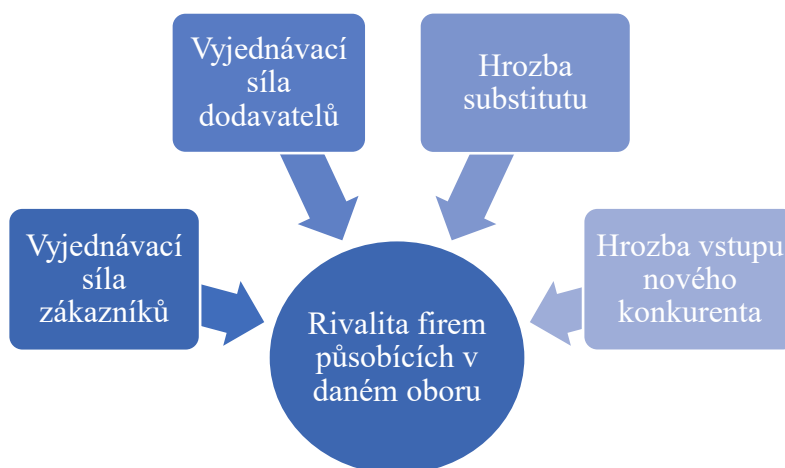
Podnik je složitý systém, který je ovlivňován řadou faktorů. K tomu, aby mohl prosperovat, je nutné znát prostředí ve kterém se nachází a které ho ovlivňuje. Proto je zapotřebí provést rozbor, který zahrnuje analýzu makro a mikroprostředí podniku.

V rámci analýzy makroprostředí se zjišťují veškeré faktory, které mohou nepřímo pozitivně či negativně ovlivnit fungování podniku. Jedná se o činitele, které podnik nemůže nijak ovlivnit a musí se jim přizpůsobit. Nejvhodnější a nejvyužívanější metodou makroprostředí je analýza PEST. Název vznikl ze zkratky jednotlivých faktorů, které zkoumá. Zahrnuje (Matusiková a kol., 2017):

- Politicko-legislativní faktory,
- Ekonomické faktory,
- Sociální faktory,
- Technologické faktory.

Mikroprostředím je myšleno blízké okolí společnosti, které přímo ovlivňuje daný podnik. Typickým příkladem aplikované metody je Porterův model pěti konkurenčních sil, který je využíván ke zmapování faktorů ovlivňující vyjednávací pozici podniku. Jak vymezil Červený a kol (2014), oblast zkoumání, na kterou je metoda zaměřena, je rivalita firem působících v daném oboru, vyjednávací síla zákazníků a dodavatelů, hrozba substitutu a vstupu nového konkurenta. Pro lepší přehlednost je níže vytvořen obrázek č.2.2, který znázorňuje jednotlivé faktory využívané k analýze.

Obrázek 2.2 Porterův model pěti konkurenčních sil



Zdroj: Červený a kol (2014), vlastní zpracování

Výsledky použitých analýzy jsou pak často využívány jako podklady k tvorbě souhrnné analýzy SWOT, která je podrobněji rozebrána v podkapitole č.10) Hodnocení rizik.

## 7) Marketingový a obchodní plán

Červený a kol (2014, s.154) tvrdí: *Pokud je marketingový plán smysluplný, předpokládá se, že bude produkt úspěšný. Jestliže dává smysl finanční plán, očekává se, že bude podnikání úspěšné.* Jak lze vidět, jednotlivé dokumenty jsou navzájem provázány, proto je potřeba věnovat dostatek času při jejich zpracování a náležitě je zpracovat.

Marketingový a obchodní plán je nezbytný pro optimální spolupráci propagačních a marketingových aktivit. Součástí plánu je popis aktuální pozice produktu na daném trhu a zvolená marketingová strategie skrze kterou je dosahováno předem stanovených marketingových cílů. U jednotlivých cílů musí být dodržena podmínka SMART, tzn. že cíle musí být specifické (**S**pecific), měřitelné (**M**easurable), akceptovatelné (**A**chievable), reálné (**R**ealistic), terminované (**T**ime Specific).

Veškeré informace zpracovány v tomto doprovodném plánu by měly být ve formě harmonogramu anebo alespoň podle toho, jak na sebe jednotlivé činnosti navazují, tak aby bylo možné časem zkontrolovat jejich plnění.

Nejčastěji využívaný nástroj k dosažení marketingových cílů je základní marketingový mix, který je tvořen ze čtyř prvků, tzv. „4P“. Zahrnuje (Červený a kol, 2014):

- *Product* (Produkt),
- *Price* (Cena),
- *Place* (Distribuce),
- *Promotion* (Propagace).

### **Produkt**

Produkt tvoří jádro firemního marketingu, protože právě produkt uspokojuje zákaznickovy potřeby a zároveň cíle podniku. Řeší se zde jaké výrobky či služby se budou poskytovat, zda nabízet nové nebo jestli méně oblíbené produkty stáhnout z nabídky. Rozhoduje se také o designu, obalu, délce záruky či doprovodných službách produktu. V obchodním plánu se pak uvádí plánovaný objem prodeje a konkrétní struktura nabízeného sortimentu.

### **Cena**

Dalším prvkem je cena produktu, která odráží zvolenou cenovou politiku společnosti. Společně s vlastnostmi produktu lze na jejich základě odhadnout, zda se jedná o levný, běžný či luxusní výrobek nebo službu. Cenou není myšlena pouze peněžní hodnota, za kterou se produkt prodává, ale také slevy, cenové akce, platební podmínky, náklady na servis či možnost úvěru.

### **Distribuce**

Distribucí není myšleno pouze fyzické místo prodeje produktu ale také všechny způsoby, jak zákazník může daný produkt získat. Patří zde všechny prodejní kanály, logistika, způsob dopravy, zprostředkovatelé, dostupnost a konkrétní místo prodeje (tzn. kamenná prodejna, e-shop apod.).

### **Propagace**

Posledním ale stejně významným prvkem je marketingová propagace, skrze kterou firma komunikuje se zákazníkem. Cílem tohoto nástroje je dát vědět, že nabízený produkt existuje, vzbudit pozornost, informovat o něm či budovat pozitivní image značky

a podniku. Řadí se zde reklama, sociální síť, osobní prodej, public relations, přímý marketing apod.

## **8) Personální a organizační plán**

První krokem tvorby tohoto plánu je formulace kvalifikačních požadavků na zaměstnance, tzn. co bude požadováno po kuchaři, recepční, pokojské apod. Součástí nároků na pracovníky může být úspěšně ukončené vzdělání v určitém oboru, délka praxe, certifikáty, jazykové dovednosti atd. Dále je potřeba predikovat personální kapacity pro jednotlivé útvary, tak aby byly obsazeny všechny pracovní pozice. Následně je nutné sestavit organizační strukturu podniku, která určí vztahy nadřízenosti a podřízenosti, včetně jednotlivých pravomocí a odpovědnosti pracovníků. K tomu, aby byl daný plán kompletní, je důležité navrhnout systém odměňování, motivace a plán vzdělávání zaměstnanců (Červený a kol, 2014).

## **9) Finanční plán**

Finanční plán je sestavován na základě získaných informací a údajů z předchozích plánů. Pomocí něj je ověřována reálna proveditelnost podnikatelského záměru v praxi.

K financování podnikatelského plánu firmy často využívají, jak vlastní, tak cizí zdroje. Proto je nutné, aby byl tento plán důkladně vypracován a aby byl postaven na skutečných datech, které dokážou přesvědčit investory o výnosnosti záměru. Jestliže se jedná o podnik, který již působí na trhu, dokládají se současně i historická data.

Výstupem tohoto plánu je plánovaný výkaz zisku a ztráty, plán peněžních toků<sup>16</sup> a plánovaná rozvaha. Finanční plán má znázorňovat informace týkající se celkového rozpočtu podnikatelského záměru, nutných finančních prostředků a také zdrojů financování podnikatelského plánu (Koráb a kol, 2008).

## **10) Hodnocení rizik**

Veber a Srpová (2012) definují riziko jako negativní odchylku od cíle, která je spojena s nepříznivým dopadem na firmu. Členění jednotlivých rizik je podrobněji zpracované v kapitole 2.1.

Pomocí analýzy rizika je odhalena pravděpodobnost vzniku jednotlivých negativních vlivů, na které se může podnik náležitě předem připravit a stanovit potřebná

---

<sup>16</sup> Plán peněžních toků je často označován jako Cashflow.

opatření. Tím, že je tato kapitola součástí podnikatelského plánu, může značit investorům, že je plán připraven na všechny okolnosti, které jej mohou ohrozit.

V rámci hodnocení rizik se nejčastěji využívá SWOT analýza. Podstatou této metody je identifikace silných (**Strenghts**) stránek, slabých (**Weaknesses**) stránek, příležitostí (**Opportunities**) a hrozeb (**Threats**), kterým je či bude podnik vystaven (Matusiková a kol, 2017). Faktory, které jsou využívány v této metodě vychází z interních a externích analýz. Z interní analýzy lze identifikovat silné a slabé stránky podniku a z externí analýzy příležitosti a hrozby. Cílem této metody je pak stanovení vhodné strategie k dosažení úspěchu v dané oblasti podnikání a snížení možného rizika.

Pro přesnější hodnocení rizik lze následovně použít grafické znázornění faktorů, které jsou rozlišené podle intenzity negativního vlivu na podnik a pravděpodobnosti výskytu. Ke stanovení intenzity a pravděpodobnosti bude využita 5stupňová škála. Součástí rizik mohou být například slabé stránky a hrozby zjištěné ve SWOT analýze. Nejvýznamnějšími faktory jsou pak ty, které se značí minimálně střední úrovní intenzity a pravděpodobnosti.

## **11) Přílohy**

V této části se řadí dokumenty, tabulky či grafy, které jsou příliš rozsáhle nebo méně podstatné. Může se jednat o životopis, důležité smlouvy, výstupní data z dotazníkového šetření, organizační strukturu apod. Velikost přílohy je individuální záležitost a vše co je zde zahrnuto by mělo mít náležitý odkaz v textu.

### 3 Prezentace firmy

V této kapitole jsou stručně specifikované základní informace týkající se společnosti, včetně zvolené právní formy podnikání a místa samotného podnikání.

#### **Základní informace**

Společnost, na kterou je podnikatelský plán vytvořen, je eko-hotel. Hlavní činnosti podniku tedy bude poskytování ubytovacích a stravovacích služeb, které spadají pod živnost řemeslnou. Důvodem založení takového typu hotelu je fakt, že jsou majitelky rozhodnuté, co nejméně zatěžovat životní prostředí a využít současný trend zdravého životního stylu. Aby tohoto cíle bylo dosaženo, společnost bude v první řadě zaměřena na:

- odebírání většiny surovin od místních farmářů,
- minimalizaci a třídění odpadů,
- využívání obnovitelných zdrojů,
- snížení spotřeby energie.

#### **Právní forma podnikání**

Právní formou podnikání, pro kterou jsou obě majitelky rozhodnuté, bude společnost s ručením omezeným<sup>17</sup>. Důvodem je skutečnost, že společníci ručí pouze do výše nesplaceného vkladu a také administrativní nenáročnost založení podniku. Proto se tato forma jeví jako nejvhodnější.

#### **Lokalita**

Místo realizace podnikání je situováno v Měrkovicích, které se nachází v části obce Kozlovice. Tato lokalita je zvolena záměrně, jelikož obě podnikatelky jsou zároveň vlastníci stavební parcely, která se zde nachází. Velkou výhodou je, že na pozemku je již vybudovaná inženýrská síť, kanalizace a také přípojka vody a plynu. Díky tomu tyto záležitosti nebude potřeba dále řešit, a navíc jsou uspořeny finanční prostředky, které bude možno investovat do samotné stavby a vybavení.

---

<sup>17</sup> Viz. zákone č.90/2012 Sb. Zákon o obchodních korporacích.



## 4 Podnikatelský plán v konkrétních podmínkách firmy

Následující kapitola je věnovaná sestavení reálného podnikatelského plánu hotelu Beech. V jednotlivých podkapitolách jsou podrobněji rozebrány oblasti, které byly předem definované.

### 4.1 Titulní strana

#### Podnikatelský plán

<b>Název společnosti:</b>	Hotel Beech, s. r. o.
<b>Sídlo společnosti:</b>	Měrkovice 710, Kozlovice 739 47
<b>Majitelé:</b>	Lada Zemanová, Jana Zemanová
<b>Kontaktní údaje:</b>	Lada Zemanová 727 940 448 ladazemanova@gmail.com
<b>Předmět podnikání:</b>	Hostinská činnost
<b>Základní kapitál:</b>	300 000 Kč
<b>Datum vyhotovení:</b>	01.04. 2020

Všechny údaje tohoto podnikatelského plánu jsou důvěrné. Rozmnožování a předávání třetím osobám je dovoleno jen se souhlasem autora nebo výše uvedené firmy.

## Obsah

4.1	Titulní strana .....	29
4.2	Shrnutí .....	30
4.3	Popis podnikatelské příležitosti.....	31
4.4	Všeobecný popis firmy .....	32
4.5	Analýza prostředí .....	37
4.6	Marketingový a obchodní plán.....	45
4.7	Personální a organizační plán.....	47
4.8	Finanční plán .....	50
4.9	Hodnocení rizik .....	60
4.10	Příloha.....	67

## 4.2 Shrnutí

Hotel Beech, s. r. o. bude situován v okrajové části Kozlovic, konkrétně v Měrkovicích. Jedná se o velice atraktivní a klidné prostředí, jelikož v blízkém sousedství se nachází hukvaldská obora. Samotný hotel bude postaven dál od hlavní cesty, aby hoteloví hosté nebyli nijak rušeni hlukem aut.

Cílem majitelek společnosti je poskytovat ubytovací a stravovací služby v příjemném a útulném prostředí. Zároveň však chtějí klást důraz na ekologický přístup, který bude prioritou již během stavby hotelu a následném poskytování služeb. V rámci restaurace bude všem hotelovým hostům a zákazníkům z okolí nabízené obědové menu, které bude týden dopředu sestavené a zveřejněné na internetu. Veškeré pokrmy budou vybírány tak, aby odpovídaly zdravé stravě, příliš nezatěžovaly organismus a byly vyrobeny ze sezónních surovin od místních farmářů. V případě, že si host zarezervuje pokoj, tak v ceně za ubytování bude zahrnutá snídaně a večeře formou švédských stolů.

Silnými stránkami společnosti bude právě již zmíněný ekologický přístup a zaměření všech pokrmů na zdravou stravu. Jedná se o dva současné trendy, které jsou ze strany zákazníků velice žádané a vyhledávané. Mezi přínosy lze také zařadit vzdělání

jedné z majitelek v oboru hotelnictví, které bude zásadní výhodou oproti okolním podnikům. Dále zde lze vyzdvihnout ideální umístění provozovny, díky kterému mohou hosté navštívit v blízkém okolí řadu kulturních památek, muzeí apod. Aktivní jedinci zde mohou trávit čas formou sportu, turistiky apod.

### **4.3 Popis podnikatelské příležitosti**

Jelikož v současné době roste stále větší zájem ze strany lidí o zdravý životní styl a zároveň i o šetrný přístup k přírodě, jsou majitelky společnosti rozhodnuté využít tohoto trendu a provozovat malý eko-hotel.

Prostřednictvím Hotel Beech budou nabízeny ubytovací a stravovací služby. Přičemž v hotelu bude šest pokojů, s celkovou kapacitou 12 lůžek a možnosti přistýlky v každém pokoji. V restauraci budou hostům nabízeny snídaně, denní obědové menu a večeře, jejichž skladba bude ovlivněna podle dostupných sezónních surovin. Pokrmy budou sestaveny, tak aby byly odlehčené a převážně tvořeny ze zeleniny, luštěnin, libového masa apod. Vzor obědového menu naleznete v příloze č. 2. Celková kapacita restauraci bude čítat 32 míst. Tato velikost by měla být dostačující pro všechny hotelové hosty, včetně zákazníků, kteří se pouze rozhodnou navštívit restauraci a vyzkoušet dané menu.

Záměrem majitelek je vytvořit malý a útulný hotel, který bude dbát, jak na potřeby zákazníků, tak přírody. Z technického hlediska bude provozovna řešena tak, aby se čerpala energie v co nejmenší míře, a to pomocí alternativních zdrojů, kterým jsou solární panely. Dále budou využívány pouze úsporné žárovky, pokojové termostaty s časovým spínačem, ve veřejných prostorách světla s čidlem pohybu apod. Dalším úmyslem je snaha redukovat, třídit a zpracovávat odpad, který během provozu bude vznikat. Toho bude docíleno díky tomu, že nebude pevně stanovený jídelní lístek, ale naopak se bude vytvářet každý týden podle sezónních surovin, které budou mít místní farmáři a dodavatelé k dispozici. Díky tomu budou veškeré suroviny ihned zpracovány a nebude docházet k jejich kazivosti a následné tvorbě zbytečného odpadu. Minimální odpad bude následně kompostován nebo si jej po dohodě farmář odveze a využije jako krmivo pro zvířata. Dále budou trvanlivé suroviny nakupovány v „bezobalovém“ obchodě nebo farmářských trzích, aby se předcházelo zbytečné spotřebě plastů. Dalším opatřením v podniku bude využívání nádoby s dávkovačem mýdla, ekologicky šetrných prostředků,

regulátorů průtoku vody na toaletě apod. V rámci interiéru bude veškerý nábytek ze dřeva či jiných přírodních materiálů. Jednotlivé pokoje navíc budou doplněné pokojovými rostlinami. V případě, že host je alergik, lze před jeho příjezdem v místnosti květiny eliminovat. Z hlediska exteriéru bude kolem podniku vysázeno dostatek zeleně a vybudována nádrž na dešťovou vodu, která posloužit k zavlažování zahrady.

Každý zákazník si tak může užít odpočinkový, aktivní pobyt či gastronomický zážitek s vědomím, že se zde snaží přírodu maximálně chránit.

#### **4.4 Všeobecný popis firmy**

Předmětem podnikání Hotelu Beech je poskytování ubytovacích a stravovacích služeb, které spadají pod živnost řemeslnou. Jak již bylo v podkapitole č.2.2.2 zmíněno, jsou zde tři podmínky, které je potřeba splnit, aby bylo možné získat živnostenské oprávnění. Minimální věk 18 let a trestní bezúhonnost splňují obě podnikatelky a k tomu navíc Lada Zemanová doloží odbornou způsobilost, jelikož vystudovala hotelnictví na Hotelové škole v Opavě.

V rámci volby právní formy podnikání se podnikatelky rozhodly pro společnost s ručením omezeným, jelikož je zde ručení pouze do výše nesplacených vkladů, nutný minimální základní kapitál 1 Kč a administrativní nenáročnost při založení podniku. Ačkoliv je zákonem stanovené minimum základního kapitálu 1 Kč, podnikatelky se rozhodly vložit základní kapitál ve výši 300 000 Kč. Každý společník tedy nerozdílně složí vstupní vklad 150 000 Kč.

Podnikatelky se také předem rozhodly rozdělit si své povinnosti a odpovědnost za jednotlivé oblasti řízení firmy, aby následně nedocházelo ke konfliktům. Jana Zemanová bude mít na starost samotný chod hotelu a Lada Zemanová bude zodpovídat za ekonomickou oblast podniku.

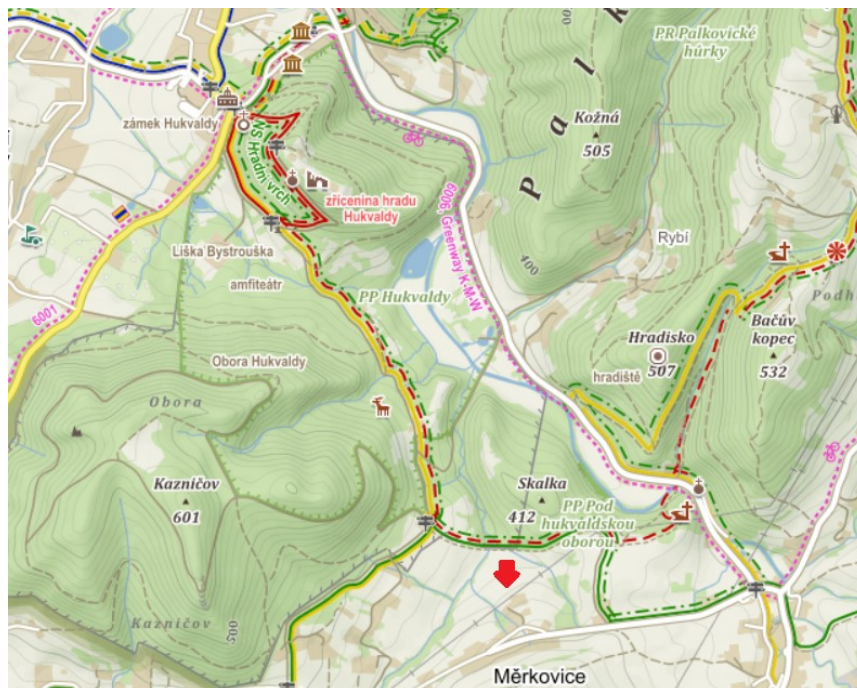
Datum plánovaného zahájení provozu je odhadován na 01.08.2021. Během této doby by měl být hotel již postavený, vybavený, vyřízené veškeré potřebné administrativní záležitosti a také zaměstnání potřební pracovníci do jednotlivých hotelových úseků.

##### **Místo podnikání**

Místo výkonu podnikání je situováno v podhůří Beskyd, konkrétně v Měrkovicích viz. obrázek č. 4.2. Tato lokace je velice výhodná, jelikož se nachází hned u hukvaldské

obory, která patří mezi nejstarší obory v České republice. Dominantou obory je například zřícenina hradu Hukvaldy, socha Lišky Bystroušky či 280 let staré buky, podle kterých byl název hotelu odvozen.

Obrázek 4.1 Místo provozovny



Zdroj: Mapy.cz (2020)

Měrkovice jsou okrajovou částí obce Kozlovic. V blízkém okolí se zde nachází města jako jsou Hukvaldy, Kopřivnice, Štramberk, Příbor, Frenštát pod Radhoštěm či více vzdálený Frýdek-Místek. Díky tomu budou mít hosté během celého roku dostatek možností, jak trávit svůj pobyt zde. Pokud se hosté naopak rozhodnou trávit volný čas v okolí hotelu, nebudou nijak rušení hlukem dopravních aut.

V Kozlovicích se nachází například areál Fojtství s muzeem Obecné školy, Valašský pivovar, skokanský můstek, ranč SMART nebo turistická trasa Ondřejník. Během letního období je zde možnost vypůjčení jízdních kol za přijatelnou cenu. Kopřivnice je naopak známá technickým muzeem Tatra, zříceninou hradu Šostýna, muzeem s expozicí Emila a Dany Zátokových, rozhlednou na Bílé Hoře, přehrada Větrkovice, která slouží k rekreačním účelům apod. Ve Štramberku lze vidět zříceninu hradu Strahlenberg s věží pojmenovanou Trúba, panoptikum, roubené domy z 18. a 19.

století nebo jeskyni Šipka. Dále pak nejvíce navštěvované místo v Příboře je muzeum a rodný dům Sigmunda Freuda. Frenštát pod Radhoštěm se pyšní horou Radhošť s proslulou sochou Radegast, skokanskými můstky nebo naučnou stezkou Beskydské nebe s expozicí Život v korunách stromů. Ve více vzdáleném městě Frýdek-Místek je možnost navštívit Frýdecký zámek, přibližně sedm historických kostelů, vodní nádrž Olešná či Aquapark Olešná, odkud vede 20 km dlouhá pěší stezka přes Kubánkov až na Hukvaldy. Jak lze vidět, je zde mnoho příležitostí a možností, jak trávit volný čas, a to za každého počasí a ročního období.

Nevýhodou umístění hotelu může být vzdálenost od hlavní třídy, tzn. bude potřeba investovat vyšší náklady do reklamy, tato problematika bude více řešena v kapitole 4.6. Marketingový a obchodní plán. Dalším problémem může být horší dopravní dostupnost, přestože jsou v této části obce zřízeny autobusové zastávky, frekvence jízd autobusů je omezena na minimum, jelikož se jedná o okrajovou část obce Kozlovic, která není tolik obydlená. Autobusy zde jezdí maximálně 2-3x denně.

### **Informace o majitelkách**

Lada Zemanová je absolventka Hotelové školy v Opavě, díky tomuto studiu získala dostatek teoretických znalostí v oblasti hotelnictví, ekonomiky, účetnictví apod. Již během studia absolvovala řadu odborných praxí nejen v České republice, ale také v zahraničí viz. příloha č.1 Životopis Lada Zemanová. V souvislosti se zmíněnými zkušenostmi získala dostatečný přehled, jak by to mělo v restauraci či hotelu vypadat a jak ho řídit.

Jana Zemanová naopak není v tomto oboru vzdělána, ale má řadu životních zkušeností, díky kterým má jedinečný úhel pohledu, který se během fungování provozovny bude hodit. Jako zdravotní sestra je v každodenním kontaktu s lidmi a disponuje výbornými komunikačními schopnostmi, dovede řešit vypjaté situace konstruktivně a klidně, viz. příloha č. 2 Životopis Jana Zemanová. Díky tomu, že se orientuje v dopadu vlivu hektického způsobu života na lidské zdraví, je schopna tyto vědomosti využít a převést ve prospěch služeb, které hotel bude nabízet. Tím podpoří celou myšlenku poskytovat služby v souladu se zdravým životním stylem.

### **Vybavení hotelu**

Hotel se bude nacházet na pozemku o celkové rozloze 1800 m<sup>2</sup>, přičemž celková využitá plocha bude o velikosti 400 m<sup>2</sup> a zastavěná plocha o výměře 200 m<sup>2</sup>. Samotnou

stavbu a veškeré stavební práce s tím spojené bude mít na starost rodinný příslušník Miroslav Krpec, který vlastní stavební firmu již řadu let a díky tomu má již mnoho zkušeností s tím, jak by měla stavba probíhat a na co si dát pozor. K tomu, aby realizace hotelu mohla začít, bude nejprve potřeba si sjednat bankovní úvěr. Veškeré podrobnosti o financování budou podrobně rozebrány v kapitole č.4.8 Finanční plán.

Na obrázku č. 4.3 lze vidět půdorys hotelu včetně rozložení jednotlivých pokojů i s vybavením. Při vstupu do hotelu je umístěné malé lobby a hned po levé straně je situována recepce, která bude sloužit k přihlášení a odhlášení hostů či poskytování informací týkajících se sportovního, kulturního a turistického vyžití v okolí. Dále se zde po levé straně nachází schodiště do dalšího patra, kde budou hosté ubytováni, kancelář a společenská místnost s dětským koutkem, knihovnou, pohovkou, křesly a stolem. Další místnost, která je zde zobrazena, je restaurace s barem, ve které je celkově umístěno 8 stolů pro čtyři osoby, tedy celkově 32 míst. Naproti vstupu do restauraci je sociální zařízení pro hosty a hned vedle se nachází šatna včetně sociálního zařízení pro zaměstnance. Poslední místnost, která se nachází v přízemí je kuchyň, která je zároveň propojena se skladem surovin. Navíc celý hotel je chráněn pomocí požárního hlásiče a alarmem. Veškeré vybavení pokojů je z přírodního materiálu doplněné o dostatek zeleně, tak aby prostor působil vzdušně a poskytoval nejvyšší komfort.

Obrázek 4.2 Půdorys hotelu



Zdroj: Vlastní zpracování

V prvním patře se nachází celkově šest pokojů s vlastním sociálním zařízením, tzn. sprchovým koutem, umyvadlem a toaletou. Každý pokoj je vybavený pohodlným dvojlůžkem, velkou komodou a velkoformátovým oknem, který poskytuje jedinečný pohled na oboru. Jak lze vidět na obrázku č. 4.4, v patře se nachází ještě technická místnost, kde jsou uskladněny lůžkoviny, přistýlky, pračka a sušička. Dále je zde odpočinkový koutek s pohovkou, kde si hosté mohou z knihovny vypůjčit nějaký výtisk.

Obrázek 4.3 První patro hotelu



Zdroj: Vlastní zpracování

### **Výrobky a služby**

Současným trendem v hotelnictví, který je stále častěji vyhledávaný zákazníky, je zdravý životní styl a také ekologický přístup podnikatelů. Zákazníci stále více vyhledávají místa, kde mohou strávit klidný a pohodový pobyt, bez hluků aut, stresu každodenního života či problému.

Proto se podnikatelky rozhodly tento trend prostřednictvím Hotelu Beech realizovat. Již během samotné realizace stavby budou přijaty veškeré opatření a prostředky, které umožní eliminovat znečištění životního prostředí. Následně pomocí těchto zabudovaných nástrojů dojde během samotného provozu k minimalizaci odpadů,



spotřebě energie či využívání obnovitelných zdrojů (např. solární panely). Na základě všech těchto přijatých opatření, lze hotel označovat jako ekologický.

Pro zajištění kvalitních stravovacích služeb, budou veškeré suroviny odebírány od místních dodavatelů a farmářů, případně na farmářských trzích či v „bezobalových“ obchodech. V rámci nabídky budou hotelovým hostům poskytovány snídaně, obědy a večeře. Snídaně proběhnou formou švédských stolů, kde si bude moct host vybrat z čerstvého pečiva, marmelád, ovoce, slaných pokrmů (míchaná vejce, slaniny, párky atd.) či z řady nápojů (káva, čaj, džus atd.). Obědové menu bude sestavováno týden dopředu podle dostupných sezónních surovin od dodavatelů. Návrh možného obědového menu naleznete v příloze č.3 Vzor obědového menu. Restaurace během obědů nebude sloužit pouze pro hotelové hosty, ale také pro turisty či zákazníky, kteří by chtěli okusit dané menu. Následně večeře budou probíhat obdobně jako u snídaně, tzn. formou švédských stolů, s tím rozdílem, že nabídka bude rozšířena o saláty, masité pokrmy, přílohy apod. V rámci pobytu v hotelu budou mít hosté možnost využívat zahradu s posezením, dětské hřiště či ohniště na grilování.

### **Otevírací doba**

Otevírací doba při zahájení provozu bude nepřetržitá, s tím, že se následně po roce upraví podle vytíženosti hotelu. Každý den v časovém rozmezí od 7 do 10 hodin rána budou servírovány snídaně hotelovým hostům. Současně od 8 hodin bude otevřena recepce, kde se budou moct hosté odhlásit z pokoje, a to nejpozději do 10:30 hodin. Hosté se zde mohou také informovat o možnosti rekreačního vyžití v okolí. Naopak přihlašování nových příjíždějících hostů bude probíhat od 12 hodin. Servis obědů je naplánován od 12 do 15 hodin a následně večeře od 18 do 21 hodiny.

## **4.5 Analýza prostředí**

V této části podnikatelského plánu je do hloubky rozebráno prostředí podniku pomocí dvou metod. Jedná se o často používané metody, a to PEST analýzu a Porterův model pěti konkurenčních sil.

## **PEST analýzy**

### **Politické a legislativní faktory**

Tyto faktory jsou bezesporu jedny z nejdůležitějších, jelikož působí na podnik již od zahájení činnosti až po samotný zánik firmy. Z politického hlediska zde patří například celková politická stabilita státu.

Jelikož Hotel Beech bude poskytovat ubytovací a stravovací služby, bude potřeba získat živnostenské oprávnění, které je regulováno v zákoně č. 455/1991 Sb., Zákon o živnostenském podnikání. Podnik bude následně zapsán do obchodního rejstříku jako společnost s ručením omezeným, která je podrobněji upravena v zákoně č. 90/2012 Sb., Zákon o obchodních korporacích. Dále se předpokládá, že v hotelu budou zaměstnávání pracovníci, takže bude potřeba dodržovat zákon č. 262/2006 Sb., Zákoník práce, a také bezpečnost a ochrana zdraví při práci (BOZP). Protože zde budou poskytovány hostinské služby, bude nutné dodržovat řadu hygienických nařízení a vyhlášek. Jedná se například o zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, či nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 852/2004, o hygieně potravin.

Mezi jedny z nejnovějších platných zákonů lze uvést zákon č. 112/2016 Sb., Zákon o evidenci tržeb, který klade povinnost všem podnikatelům v hotelnictví elektronicky vést přehled všech přijatých a odchozích plateb. Další účinné nařízení je zákaz kouření v restauracích nebo v zařízeních pro kulturní akce, které se řídí zákonem č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek.

### **Ekonomické faktory**

Mezi ekonomické faktory, které jsou důkladněji níže rozebrány, patří vývoj hrubého domácího produktu, obecná míra nezaměstnanosti, úroková sazba a míra inflace.

HDP je vyjádřeno jako souhrn peněžních hodnot všech statků a služeb, které byly v určitém období a na určitém území nově vytvořeny. Jedná se o důležitý ukazatel celkového vývoje ekonomiky a životní úrovně obyvatelstva, proto je žádoucí jeho růst. Během sledovaného období, viz. Tab. 4.1, byla nejvyšší hodnota HDP v roce 2017, a to 4,6 %, což v porovnání s rokem 2019 je pokles skoro o polovinu hodnoty, tedy na 2,4 %. Důvodem zpomalení je nedostatečná pracovní a výrobní výkonnost státu, včetně rostoucí

nejistoty z hlediska vnějšího okolí země. HDP je tak tvořeno převážně z české poptávky, jelikož ze strany zahraničí je zaznamenán pokles obchodních transakcí. Pokles HDP tak má negativní dopad na celou ekonomiku země, jelikož s klesajícím HDP začne docházet k růstu nezaměstnanosti a poklesu mezd pracovníků. Tento trend tak negativně ovlivní hotely a restaurace formou nízkých tržeb, jelikož zákazníci začnou snižovat svou spotřebu výrobků a služeb.

Tab. 4.1 Meziroční vývoj HDP v období 2016-2019

Rok	2016	2017	2018	2019
HDP meziročně v %	2,3	4,6	2,9	2,4

Zdroj: ČSÚ (2020), vlastní zpracování

Další významný aspekt, který ovlivňuje podnik, je nezaměstnanost. V roce 2019 činila obecná míra nezaměstnanosti 2 %, což je nejnižší hodnota za několik desítek let, které bylo v České republice dosaženo. Takto nízká hodnota s sebou nese řadu negativních dopadů pro podniky, zejména nedostatek kvalifikovaného personálu. Důsledkem toho, že nabídka volných pracovních míst nedokázala pokrýt poptávku, podniky začaly zaměstnávat cizince, převážně z Ukrajiny. Následně došlo také ke zvýšení fluktuace zaměstnanců mezi jednotlivými sektory, které se snaží získat pracovníky na štedré náborové příspěvky či lepší pracovní benefity. V současné době tak vládne na trhu práce velká rivalita mezi jednotlivými podniky.

Tab. 4.2 Vývoj obecné míry nezaměstnanosti v období 2016-2019

Rok	2016	2017	2018	2019
Obecná míra nezaměstnanosti v %	4	2,9	2,2	2

Zdroj: ČSÚ (2020), vlastní zpracování

Dále zde patří úroková sazba, která značí procentní nárůst částky, kterou si chce daná osoba vypůjčit, za předem stanovené časové období. Jak lze vidět v tabulce č. 4.3, hodnota se během dvou posledních období stabilizovala okolo 2,36 %. Důvodem může být pokles zájmu o hypoteční úvěry, jelikož každý žadatel musí nově od roku 2018 splnit přísnější podmínky, aby získal požadovaný úvěr. Na základě této tendence by se dal

předpokládat v následujících měsících další pokles úrokové sazby, avšak tomu tak nebude. Podle České národní banky lze naopak očekávat v následujících měsících nárůst průměrné úrokové sazby, jelikož ta reaguje opožděně na zvýšení základní úrokové sazby ČNB. Tento růst úrokové sazby bude mít pro jednotlivé podnikatele za následek dražší půjčky a úvěry.

Tab. 4.3 Vývoj průměrné úrokové sazby od května 2019 do ledna 2020

Období	05/2019	07/2019	09/2019	11/2019	01/2020
Průměrná úroková sazba v %	2,8	2,68	2,47	2,35	2,36

Zdroj: ČSÚ (2020), vlastní zpracování

Poslední faktore, který zde bude zmíněn, je míra inflace. Inflace je definovaná jako růst cenové hladiny výrobků a služeb v čase. V roce 2019 průměrná roční míra inflace stoupla na rekordní 2,8 %, což je oproti roku 2018 nárůst o 0,7 %. Největší vliv na růst inflace měly ceny za bydlení, dále zvýšení ceny potravin a nealkoholických nápojů. Podle odhadů ČNB se očekává, že hodnota inflace se začátkem roku 2020 příliš nezmění, a to kvůli zvýšení spotřební daně u tabákových výrobků a alkoholu. Následně by měla od poloviny roku 2020 míra inflace sama začít klesat zpět na 2 %. Tento pokles se následně pozitivně promítne do klesajících cen nabízených výrobků a služeb. Díky tomu by mohlo dojít k růstu návštěvnosti podniku a současně k nárůstu tržeb.

Tab. 4.4 Vývoj průměrné roční míry inflace v období 2016-2019

Rok	2016	2017	2018	2019
Průměrná roční míra inflace v %	0,7	2,5	2,1	2,8

Zdroj: ČSÚ (2020), vlastní zpracování

### Sociální faktory

V souvislosti s tím, že se Hotel Beech nachází v Moravskoslezském kraji, bude převážně také na tyto zákazníky orientován, a proto se budou níže uvedená data týkat pouze této oblasti.

Mezi hlavní sociální faktory, které budou podnik z velké části ovlivňovat, jsou demografické změny populace a zdravý životní styl. Lidé stále více začínají přemýšlet nad tím, jak se stravují a jak tráví svůj volný čas. Proto je Hotel Beech ideální místo, jak tyto dvě věci zkombinovat. Podnik bude nabízet vyvážené pokrmy ze sezónních a kvalitních surovin od místních dodavatelů. Pro hosty, kteří se zde rozhodnou trávit aktivní dovolenou, odpočinkový či romantický pobyt, je možnost ubytování se přímo v hotelu.

Dalším zmíněným vlivem je demografická struktura obyvatelstva v Moravskoslezském kraji. V tabulce č. 4.5 lze vidět, že celkový počet obyvatelstva v roce 2018 čítá 1 203 299 obyvatel. V porovnání s předchozím rokem došlo k mírnému poklesu o 2 500 obyvatel. ČSÚ uvádí, že tato klesající tendence trvá již několik let a v roce 2050 lze očekávat, že počet osob v produktivním věku klesne z 65 % na 56.5 %. Což znamená, že se začne čím dál víc projevovat zvyšování počtu obyvatel seniorské skupiny na úkor lidí v produktivním věku, to bude mít také za následek růst průměrného věku obyvatelstva v zemi. Již v samotné tabulce lze tento trend potvrdit, jelikož v roce 2018 činí skupina obyvatel 15-64 let 783 759 osob, což je v porovnání s předchozím rokem pokles o přibližně 9 000 obyvatel. Naopak seniorská skupina v roce 2018 vykazuje 236 216 obyvatel, což je v porovnání s rokem 2017 nárůst o 5 139 lidí.

Tab. 4.5 Struktura obyvatelstva v Moravskoslezském kraji za rok 2016-2018

Rok	2016	2017	2018
<b>Obyvatele celkem</b>	1 209 879	1 205 886	1 203 299
<b>Muži</b>	593 064	591 343	590 516
<b>Ženy</b>	616 815	614 543	612 783
<b>Věk 0-14</b>	181 261	182 087	183 324
<b>Věk 15-64</b>	802 969	792 722	783 759
<b>Věk 65+</b>	225 649	231 077	236 216

Zdroj: Český statistický úřad (2020), vlastní zpracování

## **Technologické faktory**

Aby podnik mohl být konkurenceschopný musí využívat nejnovější inovace, postupy a technologie, které umožňují rychlejší proces, úsporu času, materiálu nebo financí.

Protože Hotel Beech bude prezentován jako ekologický, bude potřeba již během samotné stavby zakomponovat řadu opatření a technologií, které umožní například využívat alternativní zdroje a úsporu energie prostřednictvím solárních panelů, úsporných žárovek, pokojových termostátů apod.

Patří zde i samotné vybavení hotelu na základě kterého bude vytvářen první dojem hostů. Interiér bude jednotný ve všech místnostech, tak aby vytvářel příjemný pocit. Vše bude sladěné do jemných přírodních tónů, tzn. hnědé, zelené a žluté, doplněné o dřevěný nábytek a dostatek zeleně.

K tomu, aby mohly být skladovány, zpracovány a následně servírovány kvalitní suroviny, je potřeba dostatečně vybavit kuchyň a sklad. V kuchyni by tak neměly chybět nerezová kuchyňská linka, dostatečný počet plynových sporáků, konvektomaty, kuchyňské roboty, chladicí a mrazicí boxy na skladování surovin, myčka nádobí apod. V rámci restaurace by se nemělo zapomenout na kvalitní kávovar, výčepní zařízení či chladicí lednice na nápoje.

V závěru této analýzy je potřeba podotknout, že veškeré údaje byly získané ještě v době, kdy Česká republika nebyla zasažena koronavirem. V souvislosti s touto pandemií je současně v zemi přijato mnoho vládních opatření, která regulují chování podnikatelů. Podniky tak byly ze dne na den uzavřeny, oproti předchozím měsícům klesly řadě firem tržby téměř na minimum a zároveň mnoho lidí bylo propuštěno. Podle harmonogramu sestaveného vládou by měly mít restaurace a hotely možnost zahájit provoz až v červnu, a to jen v případě, když budou splňovat určité podmínky. Tato zařízení tak budou téměř tři měsíce uzavřeny, což může být pro mnoho podniků likvidační.

## **Porterův model pěti konkurenčních sil**

### **Rivalita firem**

V Měrkovicích se nenachází žádný jiný podnik, který by nabízel ubytovací nebo stravovací služby. Naopak v centru Kozlovic se nachází celkem čtyři restaurace, které jsou zaměřeny převážně na nabídku alkoholických a nealkoholických nápojů, případně některé z nich nabízí podprůměrné pokrmy české kuchyně. Tyto provozovny jsou z velké části zaměřené na obyvatelé z blízkého okolí, kteří preferují nízké ceny piva, hraní kulečníku či šipek. Dále je zde na okraji vesnice Kozlovic směrem na Hukvaldy ještě jeden podnik, a to Areál Na mlýně. Jedná se o větší komplex budov, kde jsou poskytovány ubytovací, stravovací a wellness služby. Celý areál je vzhledově upravený do venkovského stylu, včetně dřevěných apartmánů, kde jsou hosté ubytováni. V restauraci je nabízený jídelní lístek opět s pokrmy z tradiční české kuchyně. Z hlediska cen a nabízených služeb je tento podnik považován za největšího konkurenta v blízkém okolí. Přestože Areál Na mlýně nabízí wellness využití, pro náš podnik to není ohrožující, jelikož podle recenzí na internetu o tuto službu není příliš zájem z důvodu vysoké ceny.

### **Vyjednávací síla zákazníků**

Zákazníci hotelu Beech budou lidé různého věkového rozmezí, převážně však lidé v produktivním věku a věkové kategorie 65+. podle toho, za jakým účelem zákazníci budou navštěvovat hotel je můžeme rozdělit do dvou skupin. První kategorií tvoří lidé, kteří zde v hotelu budou chtít trávit odpočinkový, aktivní či romantický pobyt. Jelikož, díky výjimečné poloze hned u hukvaldské obory, je zde mnoho možností, jak si zpříjemnit volný čas. Dále to jsou lidé, kteří rádi okusí čerstvé, odlehčené pokrmy v příjemném prostředí.

V souvislosti s tím, že se podnik bude nacházet v Moravskoslezském kraji, cílovou demografickou skupinou budou právě tyto lidé.

Při zahájení provozu hotelu bude velice důležité získat a udržet si potenciální zákazníky, kteří budou díky své recenzi či ústnímu doporučení přispívat k tvorbě dobrého jména podniku. Na základě toho bude pak snazší oslovit, přilákat nové klienty a rozšířit tak povědomí o podniku po celém okrese Frýdku-Místku.

Jelikož se jedná o začínající podnik, vyjednávací síla na straně zákazníků je vysoká. Majitelky Hotelu Beech musí být bdělé, nabízet nejvyšší možnou kvalitu služeb, neustále se zdokonalovat, přizpůsobovat služby potřebám zákazníka apod., protože klienti mají na výběr z celé řady provozoven a sebemenší chyba je o daného zákazníka mohou připravit.

### **Vyjednávací síla dodavatelů**

Na základě oboustranně přijatelné dohody Hotelu Beech s místními dodavateli a farmáři o dodávání čerstvých, sezónních surovin, je vyjednávací síla dodavatelů průměrná.

Veškeré hovězí, vepřové a kuřecí maso bude dodáváno z bio farmy Zdeňka Poláška, která se nachází v Kozlovicích. Poté bio farma Menšík bude distribuovat veškeré mléčné výrobky, včetně mléka samotného. Jedná se o farmu situovanou v Kunčicích pod Ondřejníkem, která má dlouholetou tradici a součástí farmy má i vlastní malou mlékárnu. Dodání potřebné zeleniny a ovoce bude mít na starost farma Lička, která je situována v Sedlnicích. V případě nedostačujícího množství surovin, je možnost navštívit každý čtvrtek na Místecké náměstí farmářské trhy, kde jsou prodávány čerstvé a regionální potraviny.

Výrobky delší trvanlivosti budou pořizovány v „bez obalové“ prodejně, která se nachází na Frýdeckém náměstí. To se bude týkat potravin, jako je mouka, obiloviny, těstoviny, luštěniny, oleje, ořechy, sušené ovoce apod.

Veškeré alkoholické a nealkoholické nápoje pak budou odebírány z velkoskladu Keška, který je ve Sviadnově u Frýdku-Místku. V rámci nabídky mají nepřeberné množství nápojů od rumu, whisky, likéru, pálenek, vína až po minerální vody, slazené nápoje a džusy. Výhodou je, že při odběru většího množství je možné sjednat si množstevní slevu.

### **Hrozba substitutu**

Substitutem restaurace může být například příprava pokrmu z pohodlí domova, objednání jídla na internetu s následným doručením až do domu nebo objednání pokrmu



u tzv. „hladového okna“. Rozhodujícím aspektem, zda lidé navštíví restauraci nebo zda zůstanou doma, je finanční situace každého jednotlivce či rodiny.

Náhradu za hotel lze považovat ubytování v penzionu, chatě, autě, pronajatém pokoji či přespání ve stanu někde v kempu.

### **Hrozba vstupu nového konkurenta**

Pravděpodobnost, že by se v okolí rozhodl někdo vybudovat další nový hotel, penzion či restauraci je velmi nízká. Už jen samotná finanční náročnost realizace a následného provozu takového typu podniku je příliš obtížná a hodně lidí odradí. Dalším odrazujícím důvodem může být nově platný zákon, který prikazuje vlastníkům ubytovacích a stravovacích zařízení zavedení elektronické evidence plateb. Díky tomuto účinnému nařízení bylo naopak hodně společností nuceno ukončit své podnikání. Možnou mezerou uplatnění se ve zdejší oblasti je vybudování podniku, který by se ve větší míře zaměřoval na wellness služby, které by byly za přijatelnou cenu.

## **4.6 Marketingový a obchodní plán**

V rámci této kapitoly budou podrobněji rozebrány marketingové nástroje, které budou skrz Hotel Beech využity. Mezi tyto nástroje patří nabízený produkt či službu, jejich cena, způsob distribuce a propagace.

### **Produkt (Služba)**

Již v předchozí kapitole 4.4 byly podrobněji rozebrány jednotlivé nabízené služby. Lze ale uvést, že portfolio služeb se během provozu může ještě rozšířit v závislosti na potřebách a požadavcích hostů (půjčovna kol, sestavení pevného jídelního lístku apod).

### **Cena**

Stanovené ceny budou vytvářeny tak, aby odpovídaly nabízeným službám, jakosti a vynaloženým nákladům. Cílem není stanovit nižší ceny než konkurence, jelikož by tak nebyly pokryty náklady a nevytvářel by se zisk. To by naopak mohlo mít devastující vliv na podnik.

Ceny ubytovacích služeb budou stanoveny pro letní a zimní sezónu, kdy bude množství návštěv hotelu vysoké, a pro mimosezónní období, kdy je žádánost ze strany zákazníků nižší.

Ceny pokrmů uvedené v týdenním obědovém menu budou proměnlivé, jelikož se budou kalkulovat podle množství a cen použitých surovin, včetně mzdových a režijních nákladů. Naopak cena snídaní a večeří bude fixně stanovená pro jednu osobu v rámci ceny za ubytování.

V rámci podniku bude pořízen platební terminál, tak aby hosté měli na výběr, jestli platit v hotovosti či kartou.

Do budoucna lze uvažovat i nad věrnostními kartami, které by zákazníkovi při pravidelné návštěvě hotelu mohly přinést slevu na ubytování.

### **Distribuce**

Hotel Beech bude místo, kde se veškeré výrobky a služby vytváří a současně spotřebovávají. Proto není potřeba žádných nepřímých distribučních cest, jak doručit službu či výrobek k zákazníkovi.

Potencionální zákazník si bude moci ubytování či stůl v restauraci zarezervovat telefonicky, emailem, koupí kupónu na webových stránkách hotelu nebo osobně na recepci.

Na internetových stránkách hotelu bude znázorněn roční kalendář, který bude propojen s ubytovací databází hotelu, tak aby měl potencionální klient možnost ověřit si, zda je v určitý termín ještě volný nějaký pokoj a rovnou si jej zamluvit.

### **Propagace**

V první řadě chtějí majitelky Hotelu Beech začít propagovat hotel ještě před zahájením provozu, a to na sociálních sítích a připevněním propagačních letáků na vývěskách v nejbližších obcích a městech. Dále bezplatné zveřejněním inzerátu v obecních novinách Kozlovic a umístění letáků v okolních informačních centrech. Celkově tak bude vytvořeno 30 ks letáku ve formě A4 za celkovou cenu 700 Kč včetně grafické úpravy.

Další nástroj propagace, který bude hotel využívat, je Facebook. Jedná se o jednu z forem sociálních sítí, která je vedena zdarma. Budoucí klient si zde bude moci přečíst recenze od jiných hostů, najít základní informace o podniku, kontaktní údaje nebo

otevírací dobu. Může se zde podívat na fotky, jak vypadají jednotlivé místnosti hotelu či zjistit na mapě, kde se podnik nachází. Pověřená osoba, může na stránce hotelu vkládat každý týden plánované obědové menu, aby zákazníci věděli, na jaké pokrmy se mohou během týdne těšit. Dále zde může zveřejňovat fotografie, jak jednotlivé pokrmy vypadají či sdílet informace o změnách, které v podniku nastaly. Díky dostatečným informacím, které si zde může zákazník dohledat, bude mít pocit, že podnik velmi dobře zná a bude se zde rád vracet.

Dalším plánovaným prostředkem propagace budou vlastní webové stránky hotelu. Ty si nechá společnost navrhnout a vypracovat od profesionálního designera. Ceny za tuto práci se často pohybují od 2 500 Kč do 5 000 Kč. Součástí stránek budou základní informace o podniku, o majitelkách, o nabízených službách, včetně cen a otevírací doba hotelu. Dále zde bude vytvořen roční kalendář, skrz který si bude moci zákazník zarezervovat pokoj.

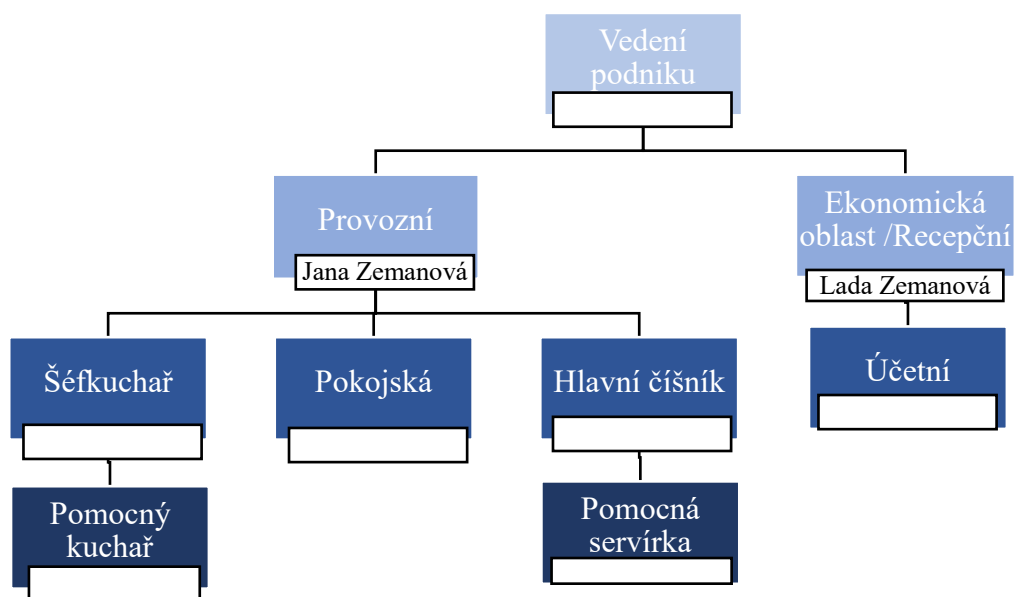
Dále mají majitelky v plánu využívat bezplatné založení účtu na internetové stránce Booking.com a Tripadvisor.cz. Díky tomu se každému potenciálnímu klientovi, při zadání dané oblasti, zobrazí možnost ubytování a stravování v našem hotelu.

Cílem všech výše uvedených aktivit bude postupně budovat dobré jméno podniku, a to zejména díky ekologickému přístupu, poskytování kvalitních ubytovacích služeb, gastronomií zaměřenou na zdravou výživou, příjemnému a ochotnému vystupování personálu. Na základě dodržení těchto postojů všemi zaměstnanci se určitě vytvoří stála klientela, která se zde bude ráda vracet, a navíc pomocí jejich kladných referencí přiláká další potenciální klienty.

## **4.7 Personální a organizační plán**

Hotel Beech bude ve vlastnictví dvou majitelék. Ty zároveň budou zodpovídat za určitý úsek podniku. Lada Zemanová bude řídit a kontrolovat ekonomickou oblast podniku, včetně zodpovědnosti za recepci. Bude mít jednoho podřízeného pracovníka, a to účetní, která bude mít v popisu práce řádné vedení účetnictví. Jana Zemanová bude mít na starost provozní část podniku součástí které budou pracovníci kuchyně, restaurace a ubytování. Přehlednější zobrazení organizační struktury lze nalézt v obrázku č. 4.5.

Obrázek 4.4 Organizační struktura podniku



Zdroj: vlastní zpracování

Veškerý personál bude zaměstnán na hlavní pracovní poměr, kromě pomocné síly v kuchyni a obsluze. Tito pomocní pracovníci budou přijati pouze za účelem získání odborné praxe. Budou jim proplaceny jen cestovní náklady a poskytnuté celodenní stravování zdarma. Se zaměstnanci na hrubý pracovní poměr bude uzavřena smlouva na dobu neurčitou a mzda jim bude vyplacena formou hodinové mzdy, a to vždy k 15. dni následujícího měsíce.

Oslovení uchazečů bude probíhat pomocí inzerátu na internetových stránkách, na sociálních sítích a oslovením hotelové školy ve Frenštátu pod Radhoštěm, případně zkontaktováním přátel. Výběr každého uchazeče bude uskutečněn formou ústního pohovoru v přítomnosti obou majitelek. Kritéria výběru se mohou lišit podle konkrétní pozice, jelikož každé pracovní místo vyžaduje odlišné dovednosti a schopnosti. U pracovníků, kteří budou v každodenním kontaktu s jídlem bude potřeba doložit platný potravinářský průkaz.

### **Šéfkuchař**

Jelikož se jedná o velice klíčového zaměstnance bude od tohoto uchazeče vyžadováno doložení úspěšného ukončení vzdělání v oboru. Dále pak praxe v oboru minimálně dva roky, absolvování různých kuchařských kurzů nebo soutěží. Velkou výhodou kuchaře bude kreativita, pracovitost a smysl pro detail. To vše se projeví při vaření určitého pokrmu, které bude mít za úkol uchazeč připravit. Veškeré potřebné suroviny budou předem pořízené majitelkami.

### **Pokojská**

U této pracovní pozice nebude vyžadováno doložení odborného vzdělání, ale velkou výhodou bude délka praxe v odvětví. Žádoucí bude, aby byla tato osoba samostatná, spolehlivá, čistotná, se smyslem pro detail a dobrou pracovní morálkou.

### **Hlavní číšník/ servírka**

Po každém uchazeči bude vyžadované doložení odborného vzdělání a praxe v oboru minimálně dva roky. Dále bude potřeba, aby číšník či servírka měli výborné komunikační dovednosti, a to i v anglické případně německém jazyce. Mělo by se jednat o osobu, která je pracovitá, zodpovědná, má příjemné vystupování a profesionální přístup.

### **Účetní**

Při výběru uchazeče bude požadováno minimální středoškolské vzdělání v ekonomické oblasti a alespoň 3 roky praxe na dané pozici. Daný uchazeč by měl být důsledný, diskrétní, pečlivý a komunikativní.

Školení přijatých zaměstnanců budou mít na starost obě majitelky, které si předem vypracují harmonogram s jednotlivými oblastmi, které bude potřeba projít. Během provozu hotelu budou předem stanovené dny, které budou vyčleněny k dalšímu školení personálu. Bude zde prostor k vyjasnění, co se dělá špatně, kde jsou naopak pozitivní ohlasy, co by se dalo zlepšit nebo k ujasnění případných konfliktů mezi zaměstnanci na pracovišti, tak aby nevznikla nepříjemná pracovní atmosféra.

Zaměstnanci budou motivováni zejména pomocí pracovního prostředí, kde lze zařadit samotný pracovní kolektiv a moderní pracoviště, které bude ekologicky šetrné. Dalším nástrojem motivace bude proplácení nákladů na pořízení pracovních oděvů

a obuvi, který bude mít celý personál jednotný. Každý zaměstnanec navíc bude mít během pracovní doby zdarma veškerou konzumaci jídel a nápojů pro vlastní potřebu.

## **4.8 Finanční plán**

Součástí této kapitoly jsou vypočtené předběžné náklady na provoz, tzn. náklady mzdové, zřizovací, fixní apod. Není zapomenuto ani na odhad předpokládaných tržeb plynoucích z ubytování a stravování. V samém závěru této kapitoly je sestavená zahajovací rozvaha, výkaz zisku ztráty a plán peněžních toků.

### **Počáteční kapitál**

Při zakládání společnosti si Lada Zemanová a Jana Zemanová stanovily základní kapitál ve výši 300 000 Kč, tedy každá bude mít povinnost vložit 150 000 Kč. Částku v hodnotě 100 000 Kč budou vkládat do pokladny v případě, že bude potřeba něco zaplatit v hotovosti. Zbylou částku 200 000 Kč nechají uloženou na bankovním účtu. Tento celkový finanční obnos, ve formě základního kapitálu, slouží jako finanční zdroj k úhradě veškerých zřizovacích nákladů, které během zakládání společnosti mohou vzniknout.

### **Zřizovací náklady**

Již pouhé založení podniku, a to od samotného získání živnostenského oprávnění až po zápis do obchodního rejstříku je doprovázeno poplatky, viz tabulka č.4.6 Zřizovací náklady. V první řadě bude potřeba uhradit správní poplatek za založení živnosti a následné získání živnostenského oprávnění ve výši 1 000 Kč. Dále bude potřeba notářský ověřit společenskou smlouvu, která je rozsahem na tři strany, takže cena bude činit 90 Kč. K tomu, aby bylo možné zapsat společnost do obchodního rejstříku, bude potřeba nejprve získat výpis z katastru nemovitosti, který je zpoplatněn 100 Kč. Na závěr se podá návrh na zápis do obchodního rejstříku, kde se bude potřeba doložit veškeré nezbytné dokumenty. Tento zápis bude doprovázen poplatkem ve výši 2 700 Kč. Celkově tedy suma zřizovacích nákladů bude činit 3 890 Kč.

Tab. 4.6 Zřizovací náklady

<b>Zřizovací náklad</b>	<b>Částka v Kč</b>
Živnostenské oprávnění	1 000
Notářské služby	90
Výpis z katastru nemovitostí	100
Zápis do obchodního rejstříku	2 700
<b>Celkem</b>	<b>3 890</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Investiční výdaje

Hodnota veškerých nákladů spojených s vybudováním hotelu je Miroslavem Krpcem, majitelem stavební firmy, po důkladné analýze odhadováno na 4 500 000 Kč. Celá stavba bude řešena ze dřeva což umožní rychlý průběh její realizace a aby nešlo mezi jednotlivými pokoji vše slyšet, budou zvoleny širší příčky mezi zdmi, které budou místnost akusticky izolovat. To vše a mnohé další opatření je v celkové ceně započteno.

Další položku, kterou bude potřeba připočíst, je vybavení hotelu. Aby podnik uspořil alespoň část finanční prostředků, majitelky se rozhodly odkoupit již použité kuchyňské zařízení od provozovatelky restaurace Pod Ořechem z blízké vesnice, která byla nucena ukončit podnikání ze zdravotních důvodů. Po ústní dohodě byla podepsaná smlouva o smlouvě budoucí týkající se odkoupení tohoto zařízení ve výši 240 000 Kč, tedy poloviční hodnoty původní pořizovací ceny. Následně bude potřeba pořídit vybavení do restaurace s odhadem ve výši 150 000 Kč, pokojů ve výši 300 000 Kč a ostatních veřejných prostorů ve výši 120 000 Kč. Celková výše potřebná k vybavení hotelu je odhadována na 760 000 Kč, viz. tabulka č. 4.7 Investiční náklady.

Tab. 4.7 Investiční náklady

<b>Investiční výdaje</b>	<b>Částka v Kč</b>
Stavební výdaje	4 500 000
Pořízené vybavení	760 000
<b>Celkem</b>	<b>5 310 000</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## **Zdroj financování**

Tento podnikatelský záměr se podnikatelky rozhodly financovat částečně z vlastních zdrojů a částečně pomocí bankovního úvěru. Jelikož Lada Zemanová a Jana Zemanová už delší čas plánují postavit malý hotel, již řadu let odkládají určitý finanční obnos na spořicí účet. Z převážné části je tato naspořená suma vytvořena díky Jany Zemanové, která je výdělečně činná déle než Lada Zemanová. Celková finanční suma, která bude použita k pokrytí velké části výdajů je ve výši 2 510 000 Kč, viz. tabulka č. 4.8.

Proto, aby podnikatelky mohly uhradit veškeré počáteční výdaje, rozhodly se sjednat podnikatelský úvěr ve výši 2 800 000 Kč, se splatností na 20 let a úrokovou sazbou 4,9 % p. a. Podmínkou banky, aby úvěr získaly, je ručení svým majetkem. Proto se Jana Zemanová rozhodla ručit domem, který zdědila po svých rodičích. Rodinný dům se nachází v Kozlovicích 680 a dispozičně je řešen jako 6+1. Na základě toho byly měsíční splátky stanoveny na 18 324 Kč měsíčně.

Tab. 4.8 Zdroje financování podnikatelského záměru

<b>Zdroje financování</b>	<b>Částka v Kč</b>
Vlastní zdroje	2 510 000
Podnikatelský úvěr	2 800 000
<b>Celkem</b>	<b>5 310 000</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## **Počáteční rozvaha**

Počáteční rozvaha sestavuje ke dni vzniku společnosti, tedy dnem zápisu do obchodního rejstříku. Následně je pak tvořena začátkem každého začínajícího roku. V tomto případě bude rozvaha sestavena odhadem ke dni 1. 8. 2020, viz. tabulka č. 4.9. Účelem rozvahy je zobrazení majetkových stavů společnosti a finančních zdrojů, které tento majetek kryje. Nesmí se zde zapomínat na důležité pravidlo, a to že hodnota aktiv se musí rovnat hodnotě pasiv. V tomto případě bylo bilanční pravidlo dodrženo. Z tabulky lze vyčíst, že hodnota celkových aktiv činí 5 610 000 Kč z toho hodnota dlouhodobého majetku ve výši 5 310 000 Kč a oběžná aktiva 300 000 Kč. Z pohledu pasiv lze vyčíst, že krytí majetku je téměř stejně hrazené jak vlastními, tak cizími zdroji.



Tab. 4.9 Počáteční rozvaha

Počáteční rozvaha ke dni 1.8. 2021			
Aktiva	Částka v Kč	Pasiva	Částka v Kč
Dlouhodobá aktiva	5 310 000	Vlastní zdroje	2 810 000
DHM	5 310 000	Základní kapitál	2 810 000
Oběžná aktiva	300 000	Cizí zdroje	2 800 000
Bankovní účet	200 000	Podnikatelský úvěr	2 800 000
Pokladna	100 000		
<b>Aktiva celkem</b>	<b>5 610 000</b>	<b>Pasiva celkem</b>	<b>5 610 000</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Fixní náklady

Patří zde odpisy dlouhodobého hmotného majetku a pojištění společnosti. Jednotlivé částky nákladu naleznete níže v tabulce č. 4.10. Náklady jsou rozpracovány na měsíční a roční hodnoty. Celková hodnota fixních nákladů, které bude potřeba každý měsíc platit, bude 9 849 Kč.

Tab. 4.10 Fixní náklady

Fixní náklady	Měsíční částka v Kč	Roční částka v Kč
Odpis DHM	3 849	46 190
Pojištění	6 000	72 000
<b>Celkem</b>	<b>9 849</b>	<b>118 190</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Mzdové náklady

V tabulce č. 4.11 je znázorněna průměrná výše jednotlivých mezd zaměstnanců, ta se však může lišit. Hlavním faktorem, který bude ovlivňovat výši platu, je počet odpracovaných hodin, jelikož pracovníci budou placeni na hodinu. Povinnosti každého zaměstnavatele je navíc placení sociálního, nemocenského a zdravotního pojištění zaměstnanců. Toto pojištění se počítá z hrubé mzdy pracovníka a jeho procentuální podíl je dán zákonem. Sociální a nemocenské pojištění je ve výši 25 % a zdravotní pojištění činí 9 %. Celkové měsíční mzdové náklady Hotelu Beech budou v částce 162 140 Kč.

Tab. 4.11 Mzdové náklady

Mzdové náklady	Hrubá mzda v Kč	Sociální a nemocenské pojištění	Zdravotní pojištění	Celkem v Kč
Lada Zemanová	25 000	6 250	2 250	33 500
Jana Zemanová	25 000	6 250	2 250	33 500
Účetní	21 000	5 250	1 890	28 140
Šéfkuchař	30 000	7 500	2 700	40 200
Hlavní číšník	20 000	5 000	1 800	26 800
<b>Celkem za měsíc</b>				<b>162 140</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Stálé platby

Hlavní položky, které do této kategorie spadají jsou náklady na elektřinu, vodu, plyn a internetové připojení, viz. tabulka č. 4.12. Celková průměrná výše těchto nákladů bude dosahovat 24 600 Kč za měsíc.

Tab. 4.12 Průměrné režijní náklady

Stálé platby	Částka v Kč
Energie	7 500
Voda	8 000
Plyn	8 700
Internetové připojení	400
<b>Celkem za měsíc</b>	<b>24 600</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Výdaje na nákup zboží a surovin

Ještě, než bude zahájen provoz celého hotelu bude potřeba vytvořit podrobný seznam veškerých surovin a nápojů, které bude potřeba nakoupit a předzásobit tak kuchyň a sklad. Proto počáteční částka, která bude vynaložena na nákup zboží a surovin bude vyšší, viz tabulka č. 4.13. Následující měsíce provozu hotelu se finanční náročnost nákupu bude lišit podle stavu zásob, sestaveného menu či dohodnutých podmínek s dodavateli v řádně sjednané smlouvě. Podrobnější přehled všech dodavatelů a obchodů se kterými bude sjednána spolupráce je v kapitole č. 4.5 Analýza prostředí.

Tab. 4.13 Výdaje na nákup zboží a surovin

Výdaje na nákup zboží a surovin	Částka v Kč
Potraviny	26 700
Nápoje	38 500
<b>Celkem</b>	<b>65 200</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Kalkulace cen ubytování a stravování

Prvním krokem potřebným ke zjištění cen za ubytování a stravování je propočet pravděpodobné využitelné kapacity za měsíc včetně počtu pokojů a celkového počtu lůžek, které budou skrz hotel nabízeny. Podle těchto informací je předpokládaná obsazenost Hotelu Beech vymezena na 59 %. Jak už bylo v kapitole č. 4.6 Marketingový a obchodní plán zmíněno, budou ceny za ubytování různá podle konkrétního sezónního či nesezónního období. Díky tomu se může v jednotlivých obdobích lišit i samotná obsazenost hotelu.

### Využitelná kapacita za měsíc

Pomocí tohoto výpočtu lze zjistit předpokládanou obsazenost hotelu. V rámci vzorce je zjištěno množství předpokládaného přespání v hotelu na 214 dnů, celková měsíční kapacita ubytování na 360 dnů a následně celkový výsledek je násoben 100, aby byl vyjádřen v procentech. Na základě těchto propočtů je odhadována 59 % obsazenost hotelu. Vzorec včetně výpočtu naleznete v příloze č. 4.

Tab. 4.14 Cena pokojů Hotelu Beech

Lůžko/noc	Letní období (1.7.-14.9.) v Kč	Zimní období (27.12.-31.3.) v Kč	Mimosezónní období v Kč
<b>Dvoulůžko</b>	1 600	1 400	1 200
<b>Přistýlka</b>	600	500	400

Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci ceny za pokoj je zahrnutá snídaně a večeře formou švédských stolů v hotelové restauraci. V tabulce 4.14 jsou znázorněny konkrétní ceny pokojů, které jsou rozlišeny podle daného období.

### **Předpokládané tržby za ubytování**

V této části jsou propočtené jednotlivé odhadované tržby za ubytování podle toho, zda se jedná o letní, zimní nebo mimosezónní období. Při plné obsazenosti se vychází z faktu, že hotel disponuje šesti pokoji s dvoulůžky, tedy 12 lůžky, a celkově 6 přistýlkami. V tabulce č. 4.15 jsou vykalkulované odhadované tržby za mimosezónní období, které zahrnuje časové rozmezí od 1.4. do 31.6. a od 15.9. do 26.12, celkem tedy 194 dnů.

Tab. 4.15 Odhadované tržby za ubytování mimosezónu

Lůžko	Cena	Pravděpodobná obsazenost	Počet dnů	Tržby za ubytování v Kč
Dvoulůžko	7 200	25 %	194	349 200
Přistýlka	2 400	15 %	194	69 840
<b>Celkem</b>				<b>419 040</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

V letním období jsou celkové dohadované tržby ve výši 697 620 Kč, viz. tabulka č. 4.16. Přestože se jedná o kratší časové období 77 dnů oproti předchozímu mimosezónnímu je předpokládaná obsazenost vyšší. Důvod je jediný, a to, že se jedná o období prázdnin a dovolených.

Tab. 4.16 Odhadované tržby za ubytování v letním období

Lůžko	Cena	Pravděpodobná obsazenost	Počet dnů	Tržby za ubytování v Kč
Dvoulůžko	9 600	70 %	77	517 440
Přistýlka	3 600	65 %	77	180 180
<b>Celkem</b>				<b>697 620</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci zimní sezóny jsou celkové odhadované tržby vypočteny ve výši 621 300 Kč. Z hlediska obsazenosti je zájem o ubytování vyšší než mimo sezonu ale nižší než v letním období, viz. tabulka č. 4.17.

Tab. 4.17 Odhadované tržby za ubytování v zimním období

Lůžko	Cena	Pravděpodobná obsazenost	Počet dnů	Tržby za ubytování v Kč
Dvoulůžko	8 400	60 %	95	478 800
Přistýlka	3 000	50 %	95	142 500
<b>Celkem</b>				<b>621 300</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

#### Předpokládané tržby ze stravování

V rámci hotelu bude vybudovaná prostorná restaurace, kde veškeré snídaně a večeře budou nabízeny hotelovým hostům. To vše je však započtené v ceně za pokoj. Naopak obědové menu bude poskytováno jak zákazníkům hotelu, tak i hostům z okolí. Cena obědového menu je stanovena ve výši 145 Kč a zahrnuje polévku, hlavní menu a dezert. V tabulce č. 4.18 jsou znázorněné odhadované tržby pokrmů, které jsou opět rozlišené podle daného období.

Tab. 4.18 Odhadované tržby pokrmů

	Mimosezonní období	Letní období	Zimní období
<b>Celkové předpokládané tržby za období v Kč</b>	1 406 500	1 339 800	1 377 500
<b>Celkem v Kč</b>	<b>4 123 800</b>		

Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci nabídky restaurace budou alkoholické a nealkoholické nápoje. Jelikož v každém období hosté preferují jiný druh nápoje, byla cena těchto nápojů zprůměrovaná a následně odhadnutá velikost možného odbytu. Poté podle těchto informací byly určeny odhadované tržby za nápoje, viz. tabulka č. 4.19.

Tab. 4.19 Odhadované tržby nápojů

	Mimosezonní období	Letní období	Zimní období
<b>Celkové předpokládané tržby za období v Kč</b>	761 338	715 253	735 775
<b>Celkem v Kč</b>	2 212 366		

Zdroj: Vlastní zpracování

### Výkaz zisku a ztráty

Jelikož Hotel Beech je obchodní společnost, tak mají podnikatelky zákonem stanovenou povinnost sestavit a zveřejnit výkaz zisku a ztráty. Účelem tohoto výkazu je znázornění hospodaření společnosti v současném a minulém roce. Jak lze vidět v tabulce č. 4.20 v prvním roce je podnik ztrátový. Hlavním důvodem jsou vysoké počáteční náklady na zahájení provozu společnosti ve formě zřizovacích a investičních nákladů. Následující roky by již měl podnik začít vykazovat kladný hospodářský výsledek. Předpokládá se, že společnost bude mít dobré jméno, stálou klientelu a pomocí reklamy budou přilákání noví hosté. Proto jsou v následujících dvou obdobích tržby za ubytování a stravování navýšeny o 5 %.

Tab. 4.20 Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty			
	1.rok	2.rok	3.rok
Tržby za ubytování	1 737 960	1 824 858	1 916 101
Tržby za stravování	6 336 166	6 652 974	6 985 623
Celkem výnosy	8 074 126	8 477 832	8 901 724
Zřizovací náklady	3 890		
Investiční náklady	5 310 000		
Splátky úvěru	219 888	219 888	219 888
Úroky z úvěru	79 896	79 896	79 896
Odpisy	46 190	92 899	92 899
Pojištění	72 000	72 000	72 000
Mzdové náklady	1 945 680	1 945 680	1 945 680
Stále platby	295 200	295 200	295 200
Zboží a suroviny	423 800	444 990	447 240
Celkem náklady	8 396 544	3 150 553	3 152 803
VH před zdaněním	- 322 418	5 327 279	5 748 921
Daň	-	1 012 183	1 092 295
VH po zdanění	- 322 418	4 315 096	4 656 626

Zdroj: Vlastní zpracování

### Cashflow

Poslední výkaz, který zde bude sestaven je Cashflow neboli přehled o peněžních tocích společnosti. Účelem tohoto výkazu je znázornit schopnost generování zisku podnikem. Počáteční stav v prvním roce je tvořen z vkladů podnikatelek ve výši 300 000 Kč, naspořených peněz na částečnou úhradu stavby a vybavení ve výši 2 510 000 Kč a získaným úvěrem v částce 2 800 000 Kč. Následně je v prvním roce hodnota konečného stavu peněžních prostředků ve výši 7 226 958 Kč, viz. tabulka č. 4.21.

Tab. 4.21 Cashflow

Cashflow			
	1.rok	2.rok	3.rok
<b>PS peněžních prostředků</b>	<b>5 610 000</b>	<b>7 226 958</b>	<b>13 203 059</b>
VH po zdanění	- 322 418	4 315 096	4 656 626
Odpisy	46 190	92 899	92 899
krátkodobé závazky	2 316 770	2 312 880	2 312 880
zásoby	- 423 800	- 444 990	- 447 240
<b>CF z provozní činnosti</b>	<b>1 616 742</b>	<b>6 275 885</b>	<b>6 615 165</b>
Dlouhodobý majetek	- 5 310 000	-	-
<b>CF z investiční činnosti</b>	<b>- 5 310 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Vlastní kapitál	2 810 000	-	-
Bankovní úvěry	2 800 000	-	-
Splátka úvěru	- 299 784	- 299 784	- 299 784
<b>CF z finanční činnosti</b>	<b>5 310 216</b>	<b>- 299 784</b>	<b>- 299 784</b>
<b>Celkový CF</b>	<b>1 616 958</b>	<b>5 976 101</b>	<b>6 315 381</b>
<b>KS peněžních prostředků</b>	<b>7 226 958</b>	<b>13 203 059</b>	<b>19 518 440</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.9 Hodnocení rizik

V rámci této kapitoly jsou identifikovaná a hodnocená možná rizika, které by mohly negativně ovlivnit fungování podniku, pomocí analýzy SWOT. Tato metoda se zaměřuje navíc i na rozbor silných, slabých stránek a příležitostí.

Prvním krokem je nalezení jednotlivých položek silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb, viz. tabulka č. 4.22. Dále jsou tyto faktory podrobněji vysvětleny, jak ovlivňují danou společnost. Následně jsou činitelům v každé kategorii přiřazené váhy podle toho, jak jsou důležité pro podnik a suma těchto vah musí být rovna 1 v každé kategorii. Dalším krokem je určení významnosti faktoru ve vztahu k okolí. Pro tento krok byl zvolen 4 bodový systém, přičemž hodnota čtyř značí velký význam a hodnota jedné malý význam. Poté jsou násobeny váhy s hodnocením významnosti a určen souhrn těchto hodnot pro každou kategorii. V závěru na základě vyhodnocení čtyř možných strategií (SO, SW, WO, WT) bude stanovena nejvhodnější strategie, kterou by se měl podnik řídit. Hodnoty těchto strategií se vypočítají, jakou součet hodnot v jednotlivých oblastech, ze kterých je zkratka tvořena.



Tab. 4.22 SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
Ekologický přístup	Součástí hotelu není sál
Zaměření na zdravou stravu	Dopravní dostupnost
Management vzdělaný v oboru	Není pevně stanovený jídelní lístek
Umístění hotelu	
Získání dobrého jména podniku	
Příležitosti	Hrozby
Rozšíření dodavatelů	Nedostatek kvalifikovaných lidí na trhu
Vybudování stálé klientely	Zaměření konkurence na zdravou stravu
	Vstup nového konkurenta
	Politické a legislativní změny

Zdroj: Vlastní zpracování

### Silné stránky

Jednou z hlavních silných stránek společnosti je ekologický přístup. V současné době lidé začínají stále více uvažovat nad tím, jaké má jejich chování dopad na životní prostředí. Tomu i napovídá stále větší trend využívání alternativních zdrojů. Výjimkou není ani Hotel Beech, který je vybudovaný a řízen tak, aby byla minimalizována spotřeba energie, byl tříděný a redukován odpad, byly využívány solární panely, nádrž na dešťovou vodu apod.

Dalším pozitivem je zaměření na nabízení zdravé stravy v hotelové restauraci. K tomu, aby byla zajištěna kvalita a čerstvost zpracovávaných potravin je sjednaná písemná dohoda s místními farmáři, kteří budou pravidelně dodávat potřebné sezónní suroviny. Veškeré ostatní suroviny a zboží, bude odebíráno z „bezobalového“ obchodu či farmářských trhů, aby nedocházelo k vytváření zbytečného odpadu.

Dále zde lze zařadit, vzdělání jedné z podnikatelek v oboru hotelnictví. Jelikož Lada Zemanová řádně ukončila studium na Hotelové škole v Opavě, ví z teoretického hlediska, jak by měl chod podniku vypadat a co je potřeba udělat, aby hotel byl úspěšný. Během studia absolvovala řadu zahraničních a tuzemských odborných praxí v různých restauracích a hotelech. Díky tomu ví, jak podnik funguje v praxi a získala tak plno zkušeností a postřehu, které může v rámci Hotelu Beech využít ve prospěch společnosti.

Silnou stránku, která je dále zmíněna v tabulce č. 4.23, je atraktivní umístění hotelu. Jak již bylo v kapitole č. 4.4 uvedeno, je zde celá řada možností, jak trávit volný čas. V blízkém okolí lze provozovat různé sportovní aktivity, navštívit muzea a různé

kulturní památky nebo si udělat celodenní turistický výlet. Hotel je situován tak, aby hoteloví hosté nebyli rušeni hlukem aut, jelikož se nachází u hukvaldské obory.

Poslední poznamenaná silná stránka je získání dobrého jména společnosti. Jelikož se jedná o začínající podnik na trhu, nikdo jej nezná, a proto je zde jedinečná šance zapůsobit a vytvořit si pozitivní jméno. Toho může být docíleno pomocí reklamy, poskytování vysoké úrovně služeb, příjemného vystupování a na základě kladných recenzí na internetu či pozitivního ohlasu od jednotlivých hostů, kteří hotel již navštívili.

Tab. 4.23 Silné stránky

Silné stránky	Váhy	Významnost	Váhy*Významnost
Ekologický přístup	0,25	4	1
Zaměření na zdravou stravu	0,25	4	1
Management vzdělaný v oboru	0,1	3	0,3
Umístění hotelu	0,2	4	0,8
Získání dobrého jména podniku	0,2	4	0,8
<b>Celkem</b>	<b>1</b>		<b>3,9</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Slabé stránky

Jako jednu z nevýhod, která zde může být vnímána, je že hotel nedisponuje žádným salónkem, který by mohl sloužit ke konání narozeninových oslav, svateb, plesů apod. Díky tomu může hotel ztrácet potenciální zisk a také klienty, kteří by zde rádi zorganizovali nějakou oslavu.

Dalším negativem může být dopravní dostupnost. Hotel se totiž nachází v okrajové části Kozlovic, konkrétně Měrkovicích, kde autobusy jezdí pouze párkrát za den. Důvod je takový, že tato oblast není tolik obydlena a většina lidí vlastní dopravní prostředek. Proto je žádoucí, aby každý hotelový host disponoval svým vlastním autem, kterým se zde dopraví. Případně není problém, aby se host obrátil na kontaktní osobu hotelu a domluvit se, že by ho na nejbližším možném místě vyzvedla a dopravila do hotelu.

Slabou stránkou také může být pro hosta fakt, že není pevně daný jídelní lístek, podle kterého by se mohl dopředu rozhodnout, jaký pokrm si objedná. Majitelky se

rozhodly vytvářet každý týden nové obědové menu, aby byla zajištěna čerstvost surovin a využití sezónních potravin. Toto menu bude vždy dostatečně dopředu zveřejněné na webové stránce hotelu a sociálních sítích, aby nalákalo zákazníky navštívit restauraci.

Tab. 4.24 Slabé stránky

Slabé stránky	Váhy	Významnost	Váhy*Významnost
Součástí hotelu není sál	0,5	4	2
Dopravní dostupnost	0,3	3	0,9
Není pevně stanovený jídelní lístek	0,2	3	0,6
<b>Celkem</b>	<b>1</b>		<b>3,5</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

### Příležitosti

Možnou příležitostí může být například rozšíření počtu místních dodavatelů, aby byla zajištěna 100 % dodávka veškerých kvalitních a čerstvých surovin. Jelikož v případě sezónních surovin se každému farmáři může podařit jiná úroda, ať už kvůli odlišným přírodním podmínkám nebo jejich přístupu. Tím by bylo zajištěno množství a různorodost nabízených pokrmů.

Díky školení celého personálu a následné důslednosti každého pracovníka, který bude vykonávat své pracovní povinnosti nejlépe jak umí, je velká šance, že Hotel Beech bude mít své stále klienty, kteří se do hotelu budou rádi pravidelně vracet. To chtějí do budoucna majitelky podpořit také pomocí věrnostních kartiček, které by hostům při pravidelné návštěvě hotelu přinesly slevu na ubytování.

Tab. 4.25 Příležitosti

Příležitosti	Váhy	Významnost	Váhy*Významnost
Rozšíření dodavatelů	0,2	3	0,6
Vybudování stálé klientely	0,8	4	3,2
<b>Celkem</b>	<b>1</b>		<b>3,8</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## Hrozby

Jednou z největších hrozeb je v současné době nedostatek kvalifikovaných lidí na trhu práce. Proto hrozí, že majitelky nebudou mít dostatek uchazečů o dané pracovní pozice a budou nucené zaměstnat prvního člověka, který se přihlásí. V souvislosti s tím, by mohlo dále nastat, že poskytované služby by neměly dostatečnou úroveň, jelikož personál není potřebně kvalifikován. Pokud by nastala situace, že by se nepřihlásil žádný kvalifikovaný uchazeč, existuje ještě jedna možnost, a to přeplatit již zaměstnaného pracovníka od konkurence. Pro začínající podnik by ale tyto rostoucí náklady nemusely mít příliš pozitivní vliv.

Další možnou hrozbou by mohlo být, že by konkurence v reakci na náš podnik zařadila více zdravých pokrmů do svého jídelníčku, aby tak odlákala zákazníky k sobě. V tomto případě však majitelky věří, že pokrmy konkurence by neměly takovou kvalitu a chuť jako v Hotelu Beech. Majitelky vychází již ze současné kvality nabízených pokrmů české kuchyně konkurenčních podniků, které se snaží za co nejlevněji uvařit pokrm a následně jej draze prodat.

Reálná šance, že by v této oblasti někdo další chtěl provozovat novou restauraci či hotel je mizivá. Tato záležitost je podrobně rozebrána v kapitole č. 4.5 Analýza prostředí.

Posledním možným ohrožením podniku jsou politické a legislativní změny. Jedná se o účinnost nových zákonů nebo různých nařízení, které je nutné splňovat nebo přizpůsobit se jim již při zakládání společnosti, během fungování nebo při samotné likvidaci podniku.

Tab. 4.26 Hrozby

Hrozby	Váhy	Významnost	Váhy*Významnost
Nedostatek kvalifikovaných lidí na trhu	0,5	4	2
Zaměření konkurence na zdravou stravu	0,15	2	0,3
Vstup nového konkurenta	0,1	3	0,3
Politické a legislativní změny	0,25	4	1
<b>Celkem</b>	<b>1</b>		<b>3,6</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## Vyhodnocení analýzy

Jak lze z tabulky č. 4.27 vyčíst, strategie SO má nejvyšší hodnotu ze všech čtyř možných strategií. Jedná se o strategii, kdy podnik využívá silných stránek k získání příležitostí, které následně přeměňuje v silné stránky společnosti.

Společnost by se měla snažit udržet své silné stránky, které byly identifikovány jako ekologický přístup, zaměření na zdravou stravu, vzdělání jedné z majitelek v oboru hotelnictví, poloha hotelu a získání dobrého jména podniku.

Přestože v podniku bude využívána celá řada ekologických opatření, je potřeba veškerý personál zaškolit a motivovat k jejich dodržování. Školení zaměstnanců by se mělo týkat také pracovních postupů a procesů, které poté usnadní jejich pracovní činnosti. Nesmí se zapomínat ani na stmelení kolektivu prostřednictvím pravidelných meetingů nebo teambuildingu. To vše se totiž následně odráží v úrovni nabízených služeb zákazníkovi. Dále je nezbytné, aby se majitelky neustále zajímaly o nejnovější trendy a vzdělávaly se v oboru, aby byly schopné reagovat na změny v potřebách zákazníků. Další potřebnou činností je zacílení propagace na cílové zákazníky a vyzdvižení všech kvalit, kterými podnik disponuje. Díky všem těmto aktivitám se za určitý čas vybuduje stála klientela, která si podnik oblíbí a začne hotel pravidelně navštěvovat nebo alespoň na základě kladné recenze doporučí hotel dalším zákazníkům. S rostoucí žádaností služeb bude spojena i potřeba rozšířit okruh dodavatelů, kteří by zajišťovali pravidelnou dodávku surovin. Nové distributory si mohou majitelky zajistit na farmářských trzích, kde se každý týden sjíždí mnoho místních farmářů.

Tab. 4.27 Vyhodnocení strategie SWOT

	Celkové hodnocení	Strategie	Hodnota
<b>Silné stránky</b>	3,9	<b>SO</b>	7,7
<b>Slabé stránky</b>	3,5	<b>SW</b>	7,5
<b>Příležitosti</b>	3,8	<b>WO</b>	7,4
<b>Hrozby</b>	3,6	<b>WT</b>	7,1

Zdroj: Vlastní zpracování

## Hodnocení rizika

**Riziko 1-** součásti hotelu není sál

**Riziko 2-** dopravní dostupnost

**Riziko 3-** není pevně stanovený jídelní lístek

**Riziko 4-** nedostatek kvalifikovaných lidí na trhu

**Riziko 5-** zaměření konkurence na zdravou stravu

**Riziko 6-** vstup nového konkurenta

**Riziko 7-** politické a legislativní změny

Tab. 4.28 Hodnocení rizik

Intenzita vlivu						
zvlášť vysoká				R4, R7		
velká			R1			
střední		R5, R6	R2			
malá	R3					
velmi malá						
	velmi malá	malá	střední	velká	zvlášť vysoká	Pravděpodobnost

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak lze vidět v tabulce č. 4.28, rizika, která mohou podnik nejvíce ovlivnit a ohrozit jsou R1, R2, R4 a R7. Proto by se měly majitelky hotelu mít na pozoru a tyto hrozby eliminovat. V případě absence sálu lze situaci řešit tím, že by se změnil čas podávání jídel pro hotelové hosty na dřívější hodiny a následně pro danou oslavu se restaurace uzavřela. Dalším možným řešením je postavení „party“ stanu na zahradě, kde by se mohla oslava konat. Dalším velkým rizikem je dopravní dostupnost, jejíž řešení je popsáno již výše v podkapitole Slabé stránky. Riziko nedostatku kvalifikovaných lidí na trhu a riziko legislativních a politických změn spolu v současné situaci velice souvisí. Jelikož byli obyvatelé České republiky zasaženi koronavirem, musela vláda přijmout řadu přísných opatření a nařízení, které zapříčinily uzavření všech hotelů a restaurací do

začátku června. Z toho důvodu lze vidět, jak velký vliv mají různé vyhlášky na fungování provozoven. Je proto důležité sledovat veškeré nové nařízení a přizpůsobit se jim. Ideálně by měla provozovna vytvářet finanční rezervy na nečekané okolnosti, aby pro podnik nebyla taková situace likvidační. Přestože se česká ekonomika potýkala s velmi nízkou nezaměstnaností, v důsledku pandemie již dochází k propouštění zaměstnanců. V době zahájení provozu Hotelu Beech, by již měl být dostatečný výběr uchazečů na pracovní pozice.

#### **4.10 Příloha**

Veškeré přílohy jsou umístěny v závěru tohoto dokumentu.

## 5 Návrhy a doporučení

K tomu, aby podnikatelský plán odpovídal realitě, je potřeba provádět jednotlivé kroky pečlivě, veškeré informace mít podložené skutečnými daty a vyvarovat se zbytečným chybám, které by mohly akorát zkomplikovat celý průběh realizace plánu. Pokud tento podnikatelský záměr slouží k získání finančních prostředků, je zapotřebí se důkladně věnovat analýze prostředí, ve kterém se společnost nachází. Dále pak také finančnímu plánu, který znázorňuje finanční náročnost daného záměru.

Během vytváření tohoto podnikatelského záměru měla autorka dostatečné informace a zdroje ze kterých mohla čerpat. Danou oblast provozování hotelu velmi dobře zná, jelikož v Kozlovicích vyrostla. To bylo autorce nápomocné převážně při analýze prostředí. Autorka tak neměla žádné závažné problémy s vypracováním jednotlivých částí. Nejnáročnější pasáží celého záměru však byla kapitola finančního plánu, která patří mezi nejzásadnější části plánu. Bylo zde potřeba si důkladně ujasnit jednotlivé kroky financování, získat potřebné informace týkající se cen energií apod. Na základě všech skutečností pak určit, zda se podnikatelský plán vyplatí.

Jelikož jedním ze záměru Hotelu Beech je poskytování kvalitních a čerstvých pokrmů ze sezónních surovin, je důležité mít dostatek sjednaných dohod s místními dodavateli a farmáři, kteří budou mít tyto suroviny v požadované kvalitě a množství. Proto kdyby došlo k nenadálým situacím, je nezbytné mít náhradní variantu, kde suroviny získat. Dalším důležitým aspektem je pečlivý výběr uchazeče na danou pozici šéfkuchaře. Jedná se totiž o klíčového zaměstnance, který bude sestavovat a vytvářet jednotlivé pokrmy.

Celý tento podnikatelský záměr navíc vyžaduje vysoké finanční prostředky. Proto by měly podnikatelky zauvažovat nad získání různých státních dotací skrz, které se snaží stát podporovat lidi k ekologicky šetrnému přístupu. Jedná se například o dotaci na novostavby, která je obsažena v programu Nová zelená úspora 2020. V rámci této dotace může žadatel získat finanční obnos v rozmezí od 150 000 Kč do 450 000 Kč. Hlavní podmínkou je, aby stavba byla velmi nízko energeticky náročná. Podrobnější informace a požadavky by si však měly majitelky dohledat.



## 6 Závěr

Ekonomická situace v České republice se během pár měsíců velmi rychle změnila. V důsledku pandemie byla vláda nucena vydat řadu platných nařízení, které regulují chování všech firem i jednotlivců. Mnoho podniků bylo nuceno ze dne na den uzavřít své provozovny a nyní se potýkají s téměř nulovými zisky, což pro řadu z nich bude likvidační. Současně dochází k pozvolnému růstu nezaměstnanosti, zadluženosti státu a poklesu míry investic. To vše může vést až k recesi celé ekonomiky, která se donedávna nacházela na samotném vrcholu ekonomického cyklu.

Obor pohostinství a gastronomie vždy byl v ČR velmi oblíbenou a žádanou oblastí jak pro podnikatele, tak pro zákazníky. Bohužel v současné situaci je jedním z nejvíce zasaženým odvětvím, které se potýká s extrémně vysokými ekonomickými ztrátami v důsledku koronaviru. Hotely a restaurace tak budou minimálně několik měsíců uzavřeny a řadě z nich nezbývá nic jiného než ukončit podnikání nebo propustit desítky zaměstnanců.

Hlavní cíl byl stanoven takto: Vytvořit podnikatelský plán zabývající se vybudováním a provozováním hotelu s restaurací orientovanou na zdravou stravu, přičemž celý hotel bude šetrný k přírodě. Cílem práce je také reálně zhodnotit proveditelnost a výnosnost tohoto plánu.

Na základě aktuálních okolností, kterými je celá země ovlivněna, není vhodné tento projekt uskutečňovat. Autorka doporučuje realizaci podnikatelského plánu odložit, jelikož současné podmínky nejsou příliš stále a ke změnám dochází takřka ze dne na den. Pokud by se podnikatelky rozhodly pro realizaci hrozilo by, že by se akorát zadlužily.

## Seznam použité literatury

### Odborná kniha

1. ABRAMS, Rhonda. *Successful Business Plan: Secrets and Strategies*. Canada: The Planning Shop, [2005]. ISBN 0-9669635-6-3.
2. BĚLOHLÁVEK, František, Pavol KOŠŤAN a Oldřich ŠULEŘ. *Management*. Olomouc: Agentura Rubico, 2001. ISBN 80-85839-45-8.
3. ČERVENÝ, Radim. *Business plán: krok za krokem*. V Praze: C.H. Beck, 2014. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-511-4.
4. KAŠÍK, Josef. *Základy podnikové ekonomiky*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2013. Series of textbooks, v. 13 (2013). ISBN 978-80-248-3163-3.
5. KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, c2007. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.
6. MARTINOVIČOVÁ, Dana, Jan VAVŘINA a Miloš KONEČNÝ. *Úvod do podnikové ekonomiky*. Praha: Grada Publishing, 2014, Expert. ISBN 978-80-247-5316-4.
7. MATUSIKOVÁ, Lucja, Martin ČERNEK, Terezie KRESTOVÁ, Marie MIKUŠOVÁ, Marcela PAPALOVÁ, Petr ŠNAPKA a Kateřina ZELINKOVÁ. *Strategický management*. 2. vydání. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2017. Series of economics textbooks, Faculty of Economics, VŠB-TU Ostrava, 2017, vol. 15. ISBN 978-80-248-4038-3.
8. METZ, Reinhold, Hermann GRÜNER a Thomas KESSLER. *Restaurace a host: základní odborné vědomosti, restaurace, hotel, kuchyně*. Přeložil Alena FORMANOVÁ, přeložil Zdeňka ŽMUDOVÁ. Praha: Europa-Sobotáles cz., 2008. ISBN 978-80-86706-18-4.
9. SCHERMERHORN, John R. *Management*. 10th ed. Hoboken: Wiley, c2010. ISBN 978-0-470-29437-6.
10. SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ et al. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
11. SHELTON, Hal. *The secrets to writing a successful business plan: a pro shares a step by step guide to creating a plan that gets results*. Rockville: Summit Valley Press, 2017. ISBN 978-0-9899460-3-2.
12. STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. V Praze: C.H. Beck, 2007. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7179-926-9.
13. SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. Expert. ISBN 978-80-247-3494-1.

14. SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5. přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.
15. VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ et al. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.
16. ŽŮRKOVÁ, Hana. *Plánování a kontrola: klíč k úspěchu*. Praha: Grada Publishing, 2007. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-1844-6.

### **Příspěvek na webové stránce**

17. EKOMIKON. *Společnost s ručením omezeným* [online]. Praha: Ekomikon, 12.01.2018 [cit. 25. 03. 2020]. Dostupné z: <https://www.ekonomikon.cz/byznys/druhy-obch-spolecnosti/sro/>
18. IPODNIKATEL.CZ. *Jak založit komanditní společnost* [online]. Praha: iPodnikatel.cz, 01.01.2013 [cit. 20. 03. 2020]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-obchodni-spolecnosti/jak-zalozit-komanditni-spolecnost-ks.html>
19. MUJ-PRAVNIK.CZ. *Založení družstva* [online]. Praha: Muj-pravnik.cz, 17.03.2018 [cit. 25. 03. 2020]. Dostupné z: <https://muj-pravnik.cz/zalozeni-druzstva/>
20. OFFICEHOUSE. *Jaké jsou výhody akciové společnosti a jak ji jednoduše založit?* [online]. Praha: office House, 10.01.2019 [cit. 25. 03. 2020]. Dostupné z: <https://www.officehouse.cz/2019/01/10/jake-jsou-vyhody-akciove-spolecnosti-a-jak-ji-jednoduse-zalozit/>
21. PODNIKATEL.CZ. *Seznamte se s povinnostmi pro rozjetí provozovny a nic vás nezaskočí* [online]. Praha: Podnikatel.cz, 18.10.2017 [cit. 25. 03. 2020]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/seznamte-se-s-povinnostmi-pro-rozjeti-provozovny-a-nic-vas-nezaskoci/>
22. PSHK. *Veřejná obchodní společnost* [online]. Praha: PSHK, 01.11.2017 [cit. 20. 03. 2020]. Dostupné z: <https://www.zalozeni-firmy-spolecnosti.cz/zalozeni-spolecnosti/verejna-obchodni-spolecnost.html>

### **Elektronická databáze**

23. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *HDP, národní účty* [online databáze]. Praha: ČSÚ, 2020 [cit. 05. 04. 2020]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/hdp\\_narodni\\_ucty](https://www.czso.cz/csu/czso/hdp_narodni_ucty)
24. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Inflace, spotřebitelské ceny* [online databáze]. Praha: ČSÚ, 2020 [cit. 05. 04. 2020]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/inflace\\_spotrebitelske\\_ceny](https://www.czso.cz/csu/czso/inflace_spotrebitelske_ceny)
25. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Obyvatelstvo* [online databáze]. Praha: ČSÚ, 2020 [cit. 05. 04. 2020]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatelstvo\\_lide](https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatelstvo_lide)

26. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Organizační statistika-časové řady* [online databáze]. Praha: ČSÚ, 2020 [cit. 10. 03. 2020]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/res\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/res_cr)
27. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Vývoj české ekonomiky* [online databáze]. Praha: ČSÚ, 2020 [cit. 05. 04. 2020]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ff0036b2b6>
28. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Zaměstnanost, nezaměstnanost* [online databáze]. Praha: ČSÚ, 2020 [cit. 05. 04. 2020]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost\\_nezamestnanost\\_prace](https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost_nezamestnanost_prace)

### **Zákony**

29. Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 33. Dostupný také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>
30. Zákon č. 90/2012 Sb. Ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 34. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>
31. Zákon č. 455/1991 Sb. ze dne 2. října 1991 o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 87. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

# Seznam tabulek, obrázků a grafu

## Seznam grafu

Graf 2.1 Vývoj aktivních subjektů v ČR v letech 2017-2019 .....	10
---	----

## Seznam obrázků

Obrázek 2.1 Právní formy podnikání v České republice .....	11
Obrázek 2.2 Porterův model pěti konkurenčních sil.....	24
Obrázek 4.2 Místo provozovny .....	33
Obrázek 4.3 Půdorys hotelu.....	35
Obrázek 4.4 První patro hotelu .....	36
Obrázek 4.5 Organizační struktura podniku .....	48

## Seznam tabulek

Tab. 2.1 Vývoj počtu podniků dle právní formy v ČR v letech 2016-2019 .....	11
Tab. 4.1 Meziroční vývoj HDP v období 2016-2019 .....	39
Tab. 4.2 Vývoj obecné míry nezaměstnanosti v období 2016-2019 .....	39
Tab. 4.3 Vývoj průměrné úrokové sazby od května 2019 do ledna 2020 .....	40
Tab. 4.4 Vývoj průměrné roční míry inflace v období 2016-2019.....	40
Tab. 4.5 Struktura obyvatelstva v Moravskoslezském kraji za rok 2016-2018.....	41
Tab. 4.6 Zřizovací náklady .....	51
Tab. 4.7 Investiční náklady.....	51
Tab. 4.8 Zdroje financování podnikatelského záměru.....	52
Tab. 4.9 Počáteční rozvaha .....	53
Tab. 4.10 Fixní náklady .....	53
Tab. 4.11 Mzdové náklady .....	54
Tab. 4.12 Průměrné režijní náklady .....	54
Tab. 4.13 Výdaje na nákup zboží a surovin.....	55
Tab. 4.14 Cena pokojů Hotelu Beech .....	55
Tab. 4.15 Odhadované tržby za ubytování mimosezónu.....	56
Tab. 4.16 Odhadované tržby za ubytování v letním období.....	56

Tab. 4.17 Odhadované tržby za ubytování v zimním období .....	57
Tab. 4.18 Odhadované tržby pokrmů .....	57
Tab. 4.19 Odhadované tržby nápojů .....	58
Tab. 4.20 Výkaz zisku a ztráty .....	59
Tab. 4.21 Cashflow .....	60
Tab. 4.22 SWOT analýza.....	61
Tab. 4.23 Silné stránky .....	62
Tab. 4.24 Slabé stránky.....	63
Tab. 4.25 Příležitosti.....	63
Tab. 4.26 Hrozby .....	64
Tab. 4.27 Vyhodnocení strategie SWOT .....	65
Tab. 4.28 Hodnocení rizik .....	66

## Seznam zkratek

CF	Cashflow
ČNB	Česká národní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
DHM	Dlouhodobý hmotný majetek
EET	Elektronická evidence tržeb
HACCP	Systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů
HDP	Hrubý domácí produkt
FO	Fyzická osoba
KHS	Krajská hygienická stanice
MSP	Malé a střední podniky
NOZ	Zákon č.89/2012 Sb., občanský zákoník
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PO	Právnícká osoba
ZOK	Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́домии, же оdevzdáním diplomové (bakalářské) práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- беру на ве́домии, же Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 24.04.2020

Zemanová Linda

jméno a příjmení studenta



## Seznam příloh

Příloha 1 Životopis Lada Zemanová

Příloha 2 Životopis Jana Zemanová

Příloha 3 Vzor obědového menu

Příloha 4 Vzorec a výpočet obsazenosti

# Příloha 1 Životopis Lada Zemanová

## Osobní údaje:

Jméno: Lada Zemanová

Datum narození: 15.04. 1994

Adresa: Kozlovice 334, 739 47 Frýdek Místek

Tel.: 737 940 450

Email: ladazemanova@gmail.com

---

## Vzdělání

**2018- nyní**     **VŠB-TU, Ostrava**

Obor: Management (navazující magisterské studium)

Téma diplomové práce: Zpracování podnikatelského plánu pro eko-hotel

**2014-2018**     **VŠB-TU, Ostrava**

Obor: Management

Téma bakalářské práce: Provedení strategické analýzy ve vybrané firmě

**2010-2014**     **Střední škola hotelnictví a služeb, Opava**

Obor: Hotelnictví

## Pracovní zkušenosti

**Listopad 2019-červen 2020**     **Siemens**, Hornopolní 3318/36, 702 00 Moravská Ostrava  
a Přívoz

- Administrativní práce v oblasti nákupu

**Červen-září 2019**     **Rockywold Deeaphaven Camps**, 18 Bacon Rd, Holderness,  
NH 03245, USA

- Housekeeping

<b>Březen 2018-duben 2019</b>	<b>Siemens</b> , Hornoplní 3318/36, 702 00 Moravská Ostrava a Přívoz
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Účetnictví-verifikace faktur pro německého dodavatele</li> </ul>
<b>Září-Prosinec 2017</b>	<b>Restaurace a Wellness U Fandy</b> , Lhotka 180, Lhotka 739 47
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Příprava školení, svateb, seminářů, Coffee Break, pomocné práce v kuchyni</li> </ul>
<b>Červen-Září 2013</b>	<b>Hotel Cresta</b> , Landstrasse 170, 7250 Klosters-Serneus, Švýcarsko
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsluha v restauraci, housekeeping a pomocné práce v kuchyni</li> </ul>
<b>Prosinec 2012/13,14,16,17</b>	<b>Baltic Sport-und Ferienhotel GmbH &amp; Co. KG</b> , Dünenstraße 2, 17454 Seebad Zinnowitz, Německo
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsluha v restauraci a housekeeping</li> </ul>
<b>Listopad 2012</b>	<b>Park Inn by Radisson Ostrava</b> , Hornoplní 3313/42, 702 00 Moravská Ostrava a Přívoz
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsluha v restauraci</li> </ul>
<b>Červen-Srpen 2012</b>	<b>Baltic Sport- und Ferienhotel GmbH &amp; Co. KG</b> , Dünenstraße 2, 17454 Seebad Zinnowitz, Německo
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsluha v restauraci a housekeeping</li> </ul>
<b>Červen-Srpen 2011</b>	<b>Hotel da Capo</b> , Na Poříčí 1183, 738 01 Frýdek-Místek
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsluha v restauraci a housekeeping</li> </ul>

## Příloha 2 Životopis Jana Zemanová

### **Osobní údaje:**

Jméno: Jana Zemanová

Datum narození: 16.09.1974

Adresa: Kozlovice 334, 739 47 Frýdek Místek

Tel.: 735 940 458

Email: janazemanova@gmail.com

---

### **Vzdělání**

1994	<b>Vyšší odborná škola zdravotnická, Ústí nad Labem</b> <u>Obor:</u> zdravotní sestra se zaměřením na ARO a JIP
1989-1993	<b>Střední zdravotnická škola ve Frýdku-Místku</b> <u>Obor:</u> zdravotní sestra

### **Pracovní zkušenosti**

<b>Leden 2017-nyní</b>	<b>Ordinace praktického lékaře MUDr. Nováková Eva, 8.pěšího pluku 85, 738 01 Frýdek-Místek</b>
<b>Květen 2016-Prosinec 2017</b>	<b>Domácí zdravotnická péče Michaela s.r.o., Dolní 160/34, 700 30 Ostrava-Zábřeh</b>
<b>Leden 2015-Květen 2016</b>	<b>Thomayerova nemocnice, Vídeňská 800, Praha 4-Krč</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interní oddělení a oddělení JIP</li></ul>
<b>Únor-Prosinec 2014</b>	<b>Agentura Sestra s.r.o. – ADP, Sadová 2649, 702 00 Moravská Ostrava a Přívoz</b>
<b>Listopad 2012-Prosinec 2014</b>	<b>Polmedicana s.r.o., Věšínova 10, 700 30 Ostrava-Jih</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plastická chirurgie</li></ul>

<b>Únor 2007-Leden 2014</b>	<b>Nemocnice ve Frýdku-Místku</b> , El. Krásnohorské 321, 738 01 Frýdek-Místek <ul style="list-style-type: none"> <li>• TRN oddělení</li> </ul>
<b>Září 2006-Leden 2007</b>	<b>Komplexní domácí zdravotní péče Šebestová s.r.o.</b> , Jana Čapka 721, 738 01 Frýdek-Místek
<b>Květen 2001-Srpen 2006</b>	<b>Ordinace praktického lékaře MUDr. Wechová Miroslava</b> , Novodvorská 3060, 738 01 Frýdek-Místek
<b>Únor 1999-Duben 2001</b>	<b>Nemocnice ve Frýdku-Místku</b> , El. Krásnohorské 321, 738 01 Frýdek-Místek <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oddělení JIP</li> </ul>

## Příloha 3 Vzor obědového menu

# HOTEL BEECH

### Menu pro tento týden

01.-06.06. 2021

#### Pondělí

Tvarohové knedlíky s černým rybízem, mákem a zakysanou smetanou

---

#### Úterý

Žampionové risotto s čerstvým tymiánem

---

#### Středa

Oříšková pohanka se špenátem, kukuřicí a bazalkovým pestem

---

#### Čtvrtek

Fazole s tempehem a cherry rajčátky, farmářský chléb

---

#### Pátek

Středočeský Kuba s žampiony, coleslaw salát

---

#### Sobota

Bramborová smetanová kaše s pažitkou a mini řízečky

---

#### Neděle

Cizrnový salát s pažitkou a karbanátky

---

Ke každému jídlu polévka a dezert dle denní nabídky.

## Příloha 4 Vzorec a výpočet obsazenosti

$$\%K=(P/K)*100$$

P-množství předpokládaného přespání=214 dnů

K-celková měsíční kapacita ubytování=30 dnů\*12 lůžek celkem=360

$$\%K= (214/360) *100=59\%$$